

# CUADERNOS DE Periodistas



## La batalla perdida

Los periodistas están perdiendo influencia a marchas forzadas ante el avance del espectáculo, la mezcla de información y opinión, la falta de transparencia de gobiernos e instituciones y el sometimiento del periodismo a las cuentas de resultados.



**EE UU** La debacle  
del Grupo Tribune

**Franja de Gaza** Censura,  
intimidación y limitaciones

# CUADERNOS DE **Periodistas**

REVISTA DE LA ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE MADRID



**Director:** Fernando González Urbaneja. **Director adjunto:** Julio Alonso Cardenete. **Consejo de Redacción:** Miguel Ángel García-Juez Jiménez, Luis Serrano Altimiras, Bernardino M. Hernando, Nemesio Rodríguez López, Guillermo Altares Lucendo, Miguel Ángel Bastenier Martínez, María Fernández Rey, Nativel González Preciado, Carlos González Reigosa, Enric Juliana Ricart, Gumersindo Lafuente de Frutos, Félix Madero Villarejo, Álvaro Rivas López, Felipe Sahagún, Gregorio Salvador Caja, Eduardo San Martín Montilla y Juan Varela Varela.

## Julio Alonso (Granada 1940, Madrid 2009)

Julio Alonso es padre fundador de estos *Cuadernos de Periodistas* desde que se nos ocurrió que merecían la pena. Julio y Juan Varela fueron las primeras personas con las que comenté el proyecto y que lo secundaron, al igual que la junta directiva de la APM. Durante estos casi cinco años (el nº 0 lo distribuimos en julio de 2004), los 17 números publicados hasta ahora han pasado íntegramente por el ojo crítico de Julio y muchos de los temas fueron iniciativa e inspiración suya.

Julio diseñó la cabecera y la primera maqueta, a la que hemos sido leales desde entonces porque era buena y respondía a lo que pretendíamos: una publicación sencilla, austera y digna. Una publicación profesional bien editada cuyo interés reside en los contenidos. Le irritaban las erratas que se deslizaban en algunos números y no dejó pasar trabajos que no merecían la pena.

Cuando empezamos con *Cuadernos*, Julio había entrado a la fuerza en ese estatus de jubilado sin quererlo, y la enfermedad había hecho aparición en su vida. Desde entonces, siguió en primer plano los avatares de la profesión, las nuevas tecnologías y su permanente preocupación por el buen periodismo. Hasta el último suspiro fue un periodista dedicado y atento.

Sin él somos más pobres, menos capaces, pero su aliento y ejemplo nos anima a seguir adelante, a intentar mantener estos *Cuadernos* con la dignidad y altura que él supo darlos.

**FERNANDO GONZÁLEZ URBANEJA**



Juan Bravo, 6. 28006 Madrid. 91 585 00 10. [cuadernos@apmadrid.es](mailto:cuadernos@apmadrid.es) / [www.apmadrid.es](http://www.apmadrid.es)



Esta revista ha recibido una ayuda de la Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas para su difusión en bibliotecas, centros culturales y universidades de España, para la totalidad de los números editados en el año 2008.

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra sólo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, [www.cedro.org](http://www.cedro.org)) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

## SUMARIO



- 5** FERNANDO GONZÁLEZ URBANEJA  
Carta a los lectores. Chapoteando en las crisis
- 9** NEMESIO RODRÍGUEZ  
La batalla perdida
- 19** PEDRO RODRÍGUEZ  
Malas noticias o el fiasco del Grupo Tribune
- 25** RAFAEL MORENO IZQUIERDO  
La (no) cobertura de la Operación Plomo Sólido
- 39** GONZALO JAR COUSELO  
Mujeres corresponsales de guerra
- 61** FERNANDO GARRIDO POLONIO  
Frente al acoso mediático, medidas cautelares
- 67** PEPE RODRÍGUEZ  
El periodismo bajo la Ley Orgánica de Protección de Carácter Personal

## ●●● Sumario

- 89 MARÍA ÁNGELES FERNÁNDEZ, J. MARCOS  
África, la gran olvidada de los medios españoles
- 101 TEODORO GONZÁLEZ BALLESTEROS  
Tribunales. Inseguridad jurídica
- 111 JOSU MEZO  
Buena prensa. Prensa, credulidad y *preriodismo*
- 119 FÉLIX BAHÓN  
Tendencias

\* La APM respeta la libertad de expresión de los colaboradores y articulistas, pero no comparte necesariamente sus opiniones.

# Chapoteando en las crisis

**Q**ue los medios están en crisis es de sobra conocido; lo han estado casi siempre, incluso en las etapas de prosperidad. Quizá ahora esa crisis cursa con más fuerza, es una crisis de verdad. En realidad, es la suma de varias crisis: una de identidad, otra de proyecto, también de producto y, además, la económica general que afecta a las cuentas de resultados. La propia constatación de esas realidades viene conduciendo más a la resignación y al fatalismo que a la acción, a la respuesta a esas crisis.

En Francia ha sido el Gobierno del cinético Sarkozy el que ha tomado la iniciativa de un libro blanco, o verde, sobre la situación de los medios, con algunas propuestas de apoyo desde la República y la explicación de que la patria necesita de los medios. Al margen de cual sea la intención de fondo del señor Sarkozy, que ha acreditado que no tiene resistencias a la hora de incidir e influir sobre los medios en las materias que le interesan, las propuestas del Plan merecen un análisis detenido y, en algunos casos, aplicación práctica en otros países, en concreto, en España.

En Gran Bretaña, la situación es más compleja. Timothy Garton Ash

alertaba recientemente sobre el riesgo de deterioro de las libertades en la cuna de la democracia moderna: “Se están recortando libertades individuales, la intimidad y los derechos humanos... Para ser sincero, todavía no acabo de creerme que esté ocurriendo esto en mi país. Pero está sucediendo y debemos impedir que continúe. Ya”. La conclusión de Garton Ash es como para meditar y reaccionar. No se refiere a los medios como actores principales de ese deterioro, quien lo produce es el Gobierno y el Parlamento. Peor, los medios no son ajenos y, además, les toca el papel de *perro guardián* de esas libertades.

Varios periodistas británicos destacados, entre ellos el director de la sección económica de la BBC, han sido llamados a declarar ante el Parlamento con el sambenito de que sus informaciones acentúan la crisis económica e inducen pesimismo en los agentes económicos. Todo ello suena a excusa de mal pagador, los periodistas sólo cuentan lo que hay, tras verificarlo y tras calificar esos hechos y datos como de interés para el público. ¿Cómo no va a ser de interés que algunos bancos gestionen mal los riesgos?

Rafael Ramos, incisivo y experimentado corresponsal de *La Vanguardia* en Londres, señalaba hace unos días: “Periodistas y abogados solían ser las dos profesiones que menos confianza inspiraban a los británicos, pero han sido superadas ampliamente durante los últimos meses por políticos y banqueros”. Es un consuelo.

La crisis económica se nota en los ingresos, los publicitarios y los que proceden de la circulación. La caída de ventas tiene más causas y algunas explicaciones internas, pero los menores ingresos publicitarios van directamente contra los resultados que son menores y, en algunos casos, amenazan con números rojos, pérdidas. ¿Quién va a pagar esta crisis de los medios? ¿Sobre quién va a recaer el ajuste?

Es evidente que los periodistas no vamos a salir bien parados, nos van a tocar buena parte de las facturas. A lo largo de los últimos seis meses, la pérdida de empleo neto de periodistas en los medios en España afecta a más de dos millares y puede duplicarse en lo que queda de año. Los ejercicios pasados fueron buenos, mejor que buenos para la mayor parte de los medios. Entonces, apenas había directores o gerentes que destacaran los porcentajes de mejora de la contratación publicitaria. Ahora reiteran, a la menor oportunidad, que el mes pasado la publicidad cayó un 30% y que el próximo mes tiene peor pinta.

Pero, ¿quién hizo acopios para resistir en los malos tiempos?, ¿alguien ignoraba que vendrían tiempos difíciles? Los diligentes se preparan para las dificultades, para que no falte alimento en invierno. A los medios ha llegado el invierno y el mensaje a los periodistas es: a dieta o a buscar cobijo en otra mesa. Sin embargo, las empresas editoras que han presentado estos días los resultados del año pasado ensalzan sus beneficios, ocultan las dificultades e, incluso, siguen repartiendo dividendos al tiempo que dicen que “el sector está quebrado”. Puede ser que camine hacia la quiebra, pero aún no ha llegado a tanto y lo pertinente es que los gestores se ocupen de evitarlo.

En esta tesitura, me pregunto: ¿Hay gestores con autoridad moral para plantear en sus redacciones el dilema entre empleo y salario? ¿Podemos imaginar acuerdos para diferir retribuciones hasta que vuelvan los buenos tiempos? Despedir, ajustar, reducir costes, cambiar profesionales caros por baratos, experimentados por aprendices, significa deteriorar el producto. Y a nadie debería interesar ese deterioro.

Buena parte de los accionistas de los medios han recibido excelentes retribuciones en dividendos u otros réditos estos años pasados. Dos empresas de medios figuran en cabeza del *ranking* de mayor rentabilidad por dividendos. Cuando vienen mal dadas, ¿es mucho pedir que esos ac-

cionistas aporten nuevos recursos, para resistir, para fortalecer, para sentar las bases de una recuperación? Además, para evitar la competencia desleal habría que esmerarse en el cumplimiento de la normativa laboral y en desterrar chapuzas y abusos en la contratación.

Cuando estalla la crisis, los despidos parecen inevitables y se producen de forma indiscriminada, por edad o por facilidad o por precio o por cualquier otro criterio presuntamente objetivo, aunque revele irritante incompetencia y lamentable déficit de previsión. Intentar un pacto de empleo, mantener el nivel neto de empleo podía ser un objetivo compartido que ayudara a enfrentarse a la crisis.

Padecemos de malas prácticas de contratación con los becarios, malas políticas de inserción laboral y profesional, deficiencias con las categorías laborales de los redactores, salarios peor que bajos. Y estos son temas laborales que competen a los sindicatos, pero también asuntos profesionales que afectan a la dignidad de la profesión y a la moral personal. Todo ello sin perder de vista la figura de los colaboradores y de los autónomos y las incertidumbres que padecen muchos de ellos; sobre ellos está recayendo en primer término el ajuste.

El cuadro clínico del sector es serio, precisa actuación a fondo, respuestas creativas y originales y coo-

peración. Necesita de nuevos visionarios que den contenido y sentido al periodismo del siglo XXI. Nemesio Rodríguez razona en este número sobre este cambio de paradigma. El origen de su artículo está en el debate organizado para analizar el tratamiento informativo del accidente del avión de Spanair el pasado mes de agosto.

Convocamos dos mesas de debate, la primera con ponentes que representaban a los que emitieron información esos días: Ministerio, aeropuerto, compañía... Algunos no quisieron comparecer y los que lo hicieron (gesto que hay que agradecer, especialmente a la Secretaría de Estado de Comunicación, que fue sensible al debate) se dedicaron más a las explicaciones y excusas que al análisis crítico de los errores y a los procedimientos para una gestión informativa más eficaz en situaciones semejantes. Meses después, padecemos los atascos de las nevadas y los errores e imprecisiones informativos fueron similares. No aprendemos las lecciones, no mejoramos.

La mesa de los medios, a la que concurrieron los responsables directos de la información aquellos días, acreditó el desbordamiento informativo producido por programas de entretenimiento, con poco rigor, que irrumpieron en aquellos momentos para provocar confusión informativa.

Pedro Rodríguez relata la crisis del grupo del *Chicago Tribune* y las leccio-

nes que podemos sacar de la misma. Uno de los mayores grupos de medios del mundo atascado en deudas, en descapitalización y con una gestión deficiente. Y otro tanto sirve para algunos de los otros grandes grupos tradicionales que sufren pérdidas abrumadoras en las Bolsas y que requieren nuevos capitales para sobrevivir.

Rafael Moreno expone las dificultades, casi imposibilidad, del trabajo profesional en el reciente conflicto de Gaza. El ejército israelí bloqueó los movimientos de los periodistas en la zona de conflicto, impuso un sistema de censura y de intoxicación informativa, y los periodistas sólo pudieron protestar. Cada día es más difícil cubrir los conflictos, los enviados especiales y corresponsales de guerra encuentran crecientes dificultades y mucho desamparo. Y los medios no quieren incurrir en costes, así que el ciudadano queda a merced de informaciones de segunda mano, teledirigidas, que no ayudan a introducir luz y taquígrafos. Todo lo contrario.

Pepe Rodríguez advierte de los riesgos que la ley de protección de datos traslada a los periodistas, que pueden tropezarse con la literalidad de esa norma en muchos de sus trabajos de investigación y ser sujetos de expedientes y sanciones de la Agencia Española de Protección de Datos, que tiene facultades propias. Un riesgo que puede ser desalentador del trabajo de los periodistas, cu-

yos archivos pueden chocar con exigencias de la ley. Estaríamos ante un choque de derechos que merece aclaraciones y un debate en profundidad.

Gonzalo Jar, experto en Derecho Internacional Humanitario, colaborador de la Cruz Roja y general de la Guardia Civil, que publicó (nº 3 de *Cuadernos*, abril de 2005) el informe más documentado que conozco sobre el asesinato de José Couso en el hotel Palestina de Bagdad, ha escrito un trabajo sobre las mujeres corresponsales de guerra.

María Ángeles Fernández y Jairo Marcos han investigado la presencia de los temas africanos en la prensa española. Poca presencia, casi nula. Recogen el testimonio de periodistas que conocen ese continente olvidado y que lamentan el poco interés por el mismo de los medios.

Y, además, las secciones habituales y fijas de la revista. Este año va a ser uno de los más difíciles para los periodistas: retroceso en los niveles de empleo, problemas de credibilidad, dificultades para el ejercicio profesional por falta de recursos, por resistencia de las fuentes y por la propia complejidad de la situación política y social en medio de una recesión mundial. Surge una luz con las primeras promesas de la Administración Obama, que pretende un compromiso claro a favor de la transparencia y de la información, pero sólo son promesas que tienen que pasar el rigor de la prueba de los hechos. 

# La batalla perdida

Los periodistas estamos perdiendo peso e influencia a marchas forzadas ante el avance del espectáculo, la deliberada mezcla de información y opinión, la política informativa reacia a la transparencia de gobiernos e instituciones y el sometimiento del periodismo a la dictadura de la cuenta de resultados.

## NEMESIO RODRÍGUEZ

**E**l periodismo agoniza. La fiesta ha terminado para todos, dijo un prestigioso periodista y editor al comunicar la integración de las redacciones digital y de papel de su medio más importante. ¿Fiesta? ¿Desde cuándo vivíamos en una fiesta? Mal pagados, cada vez más explotados, con el prestigio en precario, recluidos en las redacciones sin salir a la calle, elaborando comunicados como posesos, con los novatos invitados a la *fiesta* pero pagados con salarios de miseria. No, señor editor, los periodistas no estamos bailando en un sarao. Estamos en la antesala de un funeral.

La profesión camina hacia un futuro más que incierto. Nadie sa-

be cómo será dentro de una década, por poner un espacio de tiempo que puede acortarse a voluntad, aunque los indicios que tenemos en este momento pueden darnos alguna respuesta. Desde luego, nada será como antes y los ideales y valores que forjaron este oficio pueden haber sucumbido. La objetividad, la verificación de las fuentes y la necesidad, para ser imparciales, de tratar de obtener la versión de los hechos de la parte acusada, conformaron la piedra angular del periodismo. Estos principios están ahora en peligro, debilitados cada vez más por el cambio de objetivos de los editores, incluidos los que son periodistas, de los periodísticos a los financieros. Si deja-

Nemesio Rodríguez López es vocal de la Junta directiva de la APM.

mos que el mercado diseñe, con una participación secundaria de los periodistas, lo que es noticia, mucho me temo que los valores que se impondrán serán los financieros y no los periodísticos. Un cambio que no aventura nada bueno para nuestro futuro, como advertía en enero Harold Evans, ex director de *The Sunday Times* y de *The Times* en una entrevista con *El País*: “En cuanto el objetivo sea financiero y no periodístico, el periódico decae y decae. En cuanto se empieza a destruir el contenido periodístico del diario no hay la más mínima posibilidad de éxito”.

Ernest Hemingway trabajó de corresponsal en España durante la Guerra Civil. Era un periodista que bebía de las fuentes, de la comprobación de los hechos, y no soporaba a los colegas que presumían de conocerlo todo sin haber visto nada. Como aquel que en el primer día de su llegada a Madrid, presumía de la mejor información. El autor de *El viejo y el mar* estuvo a punto de darle un puñetazo, como lo cuenta en un artículo de 1938 titulado ‘Historia de una patraña’ (*La guerra, los toros, Cuba, África y mi mujer*, Temascinco):

—¿Qué le parece Madrid? —le pregunté.

—Aquí impera el terror —dijo el periodista—. Adondequiera que uno va encuentra evidencia de ello. Se han descubierto miles de cadáveres.

Los gabinetes de comunicación se frotan las manos. Favorecidos por el progresivo abandono de los principios de la profesión periodística, influyen más que nunca. Gobiernos e instituciones, lo mismo

—¿Cuándo llegó usted a la capital? —le pregunté de nuevo.

—Ayer.

—¿Dónde aparecieron todos esos cadáveres?

—Están por dondequiera. Por la mañana temprano se los puede ver.

—¿Usted hizo algún recorrido a esa hora?

—No.

—¿Vio personalmente esos cadáveres?

—No —contestó—, pero sé que existen.

—¿Qué pruebas tiene usted de que existe el terror?

—Desde luego que existe. Es innegable.

—Pero, ¿qué evidencia tiene usted de que existe el terror? ¿Ha sido testigo de algún hecho?

—No he tenido tiempo para observar el terror personalmente, pero sé que existe.

El diálogo sigue en este tenor, Hemingway le informa de que los llamados *incontrolables* habían matado cierto número de personas en los primeros tiempos de la rebelión, pero que hacía meses que Madrid era una ciudad segura y vigilada. No le convence. El novelista se abstiene de darle un puñetazo porque su interlocutor era el enviado de un gran periódico por el que sentía mucho respeto.

Se infiltra el espectáculo y avanza el rumor. Muere el debate en las redacciones sobre los temas profesionales, los que preocupaban a Hemingway y muy poco al otro enviado. Sólo se habla de los objetivos económicos. Se anulan coberturas porque son caras. Se vende la falsa idea de que podemos hacer de todo por lo que no necesitamos formación de nada. Se repite una y otra vez que cualquiera puede ser periodista. Seguimos sin avanzar en la conciliación de la vida laboral y familiar. Se relega el periodismo al desván, como un cachivache inútil, o peor aún, incómodo.

Los gabinetes de comunicación se frotran las manos. Favorecidos

por el progresivo abandono de los principios de la profesión periodística, influyen más que nunca. Gobiernos e instituciones, lo mismo. Proliferan las convocatorias de prensa en las que el personaje hace una declaración y se marcha, sin que el periodista pueda hacer preguntas, una vía imprescindible para contrastar los hechos, descubrir razones y plantear argumentos. Para justificar esta nueva cortapisa a la libertad de información, se le añadió el adjetivo de institucional. Como la hiedra, la *declaración institucional* trepa por las paredes de todos los estamentos, incluidos los deportivos. El Real Madrid la utilizó en el escándalo que propició la dimisión de Ramón Calderón. Los directores de comunicación nos convocan para escuchar una importante declaración de su jefe, pero nos advierten que “será sin derecho a preguntas”. En definitiva, se nos cercena un derecho fundamental, limitan nuestra capacidad a recoger, elaborar y difundir información con todos los ángulos posibles. También se nos expulsa de los actos oficiales. La Casa del Rey tampoco nos quiere en los palacios. La Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) ha protestado, pero no estamos seguros de que los funcionarios consientan que la *tribu* escape a su control.

¿Cómo hemos llegado a esta situación? Sin duda, por nuestra cul-

pa. Hemos dejado que nos maltraten, que se quiebren los valores elementales del periodismo, que las empresas desvíen nuestra atención hacia objetivos distintos de los meramente profesionales, sin duda complementarios, pero distintos, y hemos perdido la imprescindible independencia que debe marcar nuestro trabajo para convertirnos en opinantes partidistas o alegres propagadores de datos sin comprobar. Mezclamos información y opinión. Hemos trasladado tal confusión de papeles a los ciudadanos, que se hace muy difícil distinguir si el que habla en una tertulia o en un programa es un periodista o un portavoz político. Curiosamente, y salvo raras excepciones, los periodistas son colocados en los debates televisivos de acuerdo a sus simpatías políticas. Los de derechas a un lado, los de izquierdas al otro. Como rivales parlamentarios. Los periodistas opinan de todo, menos de su profesión.

En medio de este panorama, llega la crisis. Los editores vuelven a las fórmulas clásicas para afrontarla: expedientes de regulación de empleo, despidos incentivados o no y prejubilaciones. Ni una sola solución novedosa, imaginativa. La consecuencia es que los periodistas estamos siendo, una vez más, los paganos de la crisis. Vamos a sufrirla y bien. Si el pago será grande o pequeño, depende única y ex-

Los editores vuelven a las fórmulas clásicas para afrontar la crisis: expedientes de regulación de empleo, despidos, incentivados o no, y prejubilaciones. Ni una sola solución novedosa, imaginativa. La consecuencia es que los periodistas estamos siendo una vez más los paganos

clusivamente de la capacidad, o voluntad, de los directores para limitar los daños. Algunos lo están haciendo y otros anuncian su intención de garantizar los empleos si se acepta la reducción de los sueldos o la congelación salarial. Como ganamos tanto, no es mala medida.

Pero la mayor parte de los editores van a ser implacables y aprovecharán la coyuntura para tomar aquellas medidas que debieron haber adoptado en la época de las vacas gordas. Y lo harán incluso en los medios que funcionan. La crisis obliga, argumentarán.

El papel se deshace. El texto pierde fuerza. La imagen se impone. El futuro está en el vídeo. La televisión dicta sus reglas. Los periodistas no sólo las aceptan, sino que participan con entusiasmo en la agitación. En una tertulia-gresca de moda, celebrada una semana después de la crisis en el Real Madrid, un periodista sostiene que hay una clara diferencia en la forma de dejar la presidencia del Real Madrid entre Florentino Pérez y Ramón Calderón: el uno se marchó porque estaba cansado y el otro como un “delincuente”. Calderón habrá cometido muchos errores, pero que se sepa en ese momento no estaba acusado de ningún delito. Ninguno de los periodistas presentes salió al paso de tan grave acusación.

Lo que está ocurriendo no es una sorpresa. Ya nos avisaron en la década de los noventa algunos estudiosos del periodismo. Cuidado, cuidado, nos dijeron, que la profesión lleva una peligrosa deriva. No les hicimos caso.

En su libro *Últimas noticias sobre el periodismo* (Laterza), Fulvio Colombo, especialista italiano en el análisis de los contenidos de los medios y profesor de Periodismo en la Universidad de Columbia, subraya que la mayor parte de las veces, las meteduras de pata en el periodismo se deben a los siguientes factores: “La debilidad de las comprobaciones periodísticas, la falta de au-

toridad o de credibilidad de los reporteros, la escasa voluntad de los diarios o de las televisiones en aclarar los hechos, la preferencia por la parte más espectacular de la historia en perjuicio de la verificación de los hechos, el escaso interés por las fuentes, la inclinación a unir trozos y fragmentos de historias populares hasta crear una historia”.

Colombo habla de la *Disneylandia* de las noticias, en la que, y cito, el ritmo, la vivacidad, el sentido del *suspense*, la sorpresa, el relato dramático, el efecto de conmoción e indignación y el permanente cambio de personajes pertenece cada vez más al mundo del espectáculo, esclavo de los gustos y de los humores del público, habiendo renunciado a una mirada autónoma sobre lo que ocurre a su alrededor, sobre la vida, las ansias, las esperanzas, las preocupaciones de la gente, la realidad cotidiana. En este parque temático, proliferan los conductores de programas que “animan, estimulan, pican” y también eligen los participantes en las tertulias asegurándose anticipadamente de su disponibilidad a “decir lo que sea, a renunciar a toda decencia en aras del espectáculo”. ¿Les suena?

Como cualquier otra forma de “entretenimiento”, añade Colombo, el periodismo se convierte en un mundo paralelo al real y distinto de él, guiado por una dirección

que asigna de vez en cuando partes y papeles (a los periodistas y a los lectores), en lugar de un editor que distribuye los papeles de investigación, veracidad, aclaración, indagación. Colombo nos alertaba de que las consecuencias para nuestra profesión son particularmente graves: “Pérdida de credibilidad y autoridad”.

A este problema no es ajena la composición actual de las redacciones, debilitadas con prejubilaciones forzosas que expulsan a los periodistas experimentados. Se rompe el vínculo de la enseñanza, el que unía a los veteranos con los recién llegados, y se lanza a la jungla informativa a periodistas con mucho entusiasmo e insuficiente preparación. En lugar de inculcarles comportamientos éticos y deontológicos, se les ordena que persigan lo que vende y que lo expresen luego en el lenguaje más comercial posible, en definitiva, el que obtenga el máximo de audiencia.

El periodista polaco Ryszard Kapuscinski, uno de los grandes corresponsales del siglo XX, nos lo indicaba sin medias tintas en su libro *Los cinco sentidos del periodista* (Fundación Nuevo Periodismo): “Hoy, al cronista que llega de hacer una cobertura su jefe no le pregunta si la noticia que trae es verdadera, sino si es interesante y si la puede vender. Éste es el cambio más profundo en el mundo de los

Lo que está ocurriendo no es una sorpresa. Ya nos avisaron en la década de los noventa algunos estudiosos del periodismo. Cuidado, cuidado, nos dijeron, que la profesión lleva una peligrosa deriva. No les hicimos caso

medios: el reemplazo de una ética por otra”.

Los editores que sólo accedieron al mundo de los medios de comunicación cuando se percataron de que la información era negocio, ajenos por tanto a nuestra profesión y sin interés hacia ella, han venido tomando medidas destinadas a limitar nuestro peso, a veces en connivencia con periodistas que han confundido su papel con el de los propietarios: cierran corresponsalías, promueven la figura del *periodista orquesta*, obligándonos a trabajar en todos los soportes posibles con el argumento de que “el mer-

cado lo exige”, sin que ello suponga mejoras en nuestras condiciones salariales ni laborales, utilizan a los becarios para cubrir puestos estructurales y promueven reducciones de plantillas.

Si protestamos, nos acusan de oponernos férreamente a los cambios. No dejan espacio para el debate. La ética del negocio somete a la ética de la profesión. “Estamos por primera vez ante el auge de un periodismo basado en el mercado y cada vez más dissociado de cualquier noción de responsabilidad cívica” (*Los elementos del periodismo*, Bill Kovach y Tom Rossentiel, Ediciones El País).

Por supuesto que las empresas periodísticas tienen que buscar la rentabilidad que asegure su futuro y el nuestro. Nadie lo cuestiona. Pero esa rentabilidad nunca debe anular los recursos destinados a la información. El llamado producto tiene que caminar al lado de la información, no por encima. La cuenta de resultados no puede anular el debate en las redacciones sobre periodismo. Como escribió el presidente de la Asociación de la Prensa de Madrid (APM), Fernando González Urbaneja, en *Cuadernos de Periodistas* (septiembre de 2008), los periodistas somos responsables del mal periodismo, pero también lo son los editores, “a los que corresponde crear condiciones, ofrecer medios, localizar talento y propiciar su despliegue”.

Es una alianza necesaria. Nos conviene a ambas partes y más en épocas de crisis como la actual. Pero me temo que caminamos por senderos muy alejados.

En su libro *Bad News* (“Malas noticias”), publicado en 2005 por ReganBooks, Tom Fenton, veterano corresponsal en el extranjero de la cadena de televisión estadounidense CBS, situó este cambio en la década previa a los atentados que conmocionaron Estados Unidos y el mundo el 9 de septiembre de 2001. En esa década, escribe Fenton, estuvo a punto de abandonar el periodismo al comprobar que muchas de sus historias no se difundían y que muchas propuestas de viajes en busca de noticias eran rechazadas por ejecutivos “más interesados en impulsar sus carreras gastando menos de lo presupuestado que en conseguir buenas informaciones”. En su opinión, “la codicia empresarial y el desinterés han acabado con el sistema de captación de noticias que produce resultados”. La consecuencia: para ahorrar dinero, la Oficina en Londres de la CBS News, donde él trabajó durante casi 25 años, “ya no reporta más”, se limita a “empaquetar” lo que otros le suministran. Y no lo hace sólo su medio. Fenton invita a contemplar los informativos de todas las cadenas para que se compruebe que usan de forma rutinaria las mismas imágenes compra-

das de las agencias, que a menudo las adquieren a la televisión local del país donde se han producido los hechos noticiosos.

Los hechos, subrayan Kovach y Rosenstiel, se han convertido “en una mercancía que además se adquiere fácilmente, se reviste de un nuevo envoltorio y se recicla con un nuevo propósito”.

Teóricamente nunca hubo tanta información a disposición del ciudadano y del periodista. Internet nos ayuda a buscar respuestas a la hora de documentar una historia, sobre todo cuando estamos lejos del centro de trabajo y el banco de datos de nuestra empresa no tiene los datos que necesitamos. Pero la red también puede convertirnos en periodistas cómodos, que dejan de investigar en otras fuentes, por no hablar del *ruido* que circula por el mundo digital, capaz de *engañar* a los medios con disparatadas versiones que aceptamos sin más porque verificarlas supone dedicación y esfuerzo.

En España, todo lo bueno y lo malo del periodismo y todo lo bueno y lo malo del funcionamiento de los gabinetes de comunicación institucionales, se hicieron patentes en la cobertura del accidente del avión de Spanair, el vuelo JK5022, ocurrido en Barajas el 20 de agosto del pasado año.

Preocupada por lo ocurrido, la FAPE organizó un debate el 29 de septiembre para que se analizara la

Todo lo bueno y lo malo del periodismo y todo lo bueno y lo malo del funcionamiento de los gabinetes de comunicación institucionales se hicieron patentes en la cobertura del accidente de avión ocurrido en Barajas el 20 de agosto del pasado año

cobertura informativa y el comportamiento de las fuentes, con el objetivo de extraer conclusiones que sirvieran para profundizar en lo bueno y evitar lo malo. El problema es que cada uno defendió el trabajo realizado y hubo escasa auto-crítica. Los periodistas defendieron su derecho a buscar información en otras fuentes cuando fallan las instituciones, mientras los directores de comunicación se quejaron de que los informadores incumplieron las normas de los manuales de estilo sobre la verificación de las noticias y la rectificación de los errores.

“El bloqueo informativo alentó la especulación”, comentó Javier Lascuáin, de la Agencia Efe. Le replicó Juan Carlos Lozano, de AENA: “Se habla mucho de la autorregulación, pues ésta ha sido una gran oportunidad perdida para aplicarla”.

Los periodistas reconocieron que, en algunos casos, no contaron los hechos con seriedad y rigor, pero insistieron en que el funcionamiento de las fuentes institucionales fue “deficitario”, más interesadas en ocultar que en informar, más volcadas en cerrar accesos a los hechos que en la transparencia.

El debate sirvió para poner de actualidad las advertencias de Colombo y de Kapuscinski sobre el acoso del espectáculo y del entretenimiento a los principios éticos y deontológicos de nuestra profesión.

El más sincero y rotundo fue Ferrnando Sanz, de Telecinco: “Esta guerra la tenemos perdida en los informativos. Otro tipo de periodistas se ha colado. Pertenecen a programas (de entretenimiento) que, al buscar elementos diferenciados, dan vueltas y vueltas a la misma torta. Están distorsionando la realidad y esto nos salpica a todos porque en el ruido que generan, a veces puede haber alguno que suena bien y nos lo perdemos”.

Tal vez la afirmación de que los servicios informativos han perdido la guerra sea exagerada. Pero sí he-

# Periodistas

Revista de reflexión profesional editada por la APM

Deseo suscribirme a  
*Cuadernos de Periodistas*

NOMBRE

APELLIDOS

NOMBRE DE LA EMPRESA

DIRECCIÓN DE ENVÍO

CIUDAD

PROVINCIA

PAÍS

CÓDIGO POSTAL

TELÉFONO

CORREO-E

DOMICILIACIÓN BANCARIA

SUSCRIPCIÓN POR 1 AÑO

España: 18 € • Europa: 30 € • América: 34 €

Puede mandar este boletín de suscripción a la Asociación de la Prensa de Madrid.

C/ Juan Bravo, 6. 28006 Madrid

Teléfono: 91 585 00 10

Correo electrónico: [cuadernos@apmadrid.es](mailto:cuadernos@apmadrid.es)



mos perdido otra batalla y ya no sabemos cuántas derrotas llevamos y si nos queda tiempo de evitar la catástrofe total.

En todo caso, no cabe ninguna duda de que sólo con la recuperación de los valores del periodismo de siempre (veracidad, verificación, equilibrio, separación de información y opinión, independencia, ética, deontología), con nuestra oposición rotunda a los intentos de limitar las coberturas de las actividades institucionales, la negativa a aceptar declaraciones sin derecho a preguntas, la vuelta al debate en las redacciones, la inversión de los editores en buenas noticias y en la permanente formación de los periodistas, los salarios dignos, el regreso al periodismo de calle y la rentabilidad sin quiebra de los valores periodísticos, puede nuestra profesión fortalecer su principal misión: ofrecer una información veraz, objetiva e independiente que permita al ciudadano comprender lo que ocurre y formarse su propia opinión.

Para los que pronostican la muerte del periodismo clásico con el auge de Internet, conviene que reflexionen sobre lo que ya anticipó en 1999 David Randall en *El periodista universal* (Siglo XXI):

“El griterío que hay ahora en Internet es una razón a favor de que se promocione el periodismo y no de que se restrinja. La información

David Randall ya anticipó en *El periodista universal* en 1999: “El griterío que hay ahora en Internet es una razón a favor de que se promocione el periodismo y no de que se restrinja”

se podrá transmitir como se quiera, pero alguien tendrá que filtrarla, investigarla, comprobarla, cuestionarla y presentar unos resultados tan dignos de confianza como sea posible. ¿Y quién se encargará de estas tareas?”

Randall se preguntaba si asumiría esa tarea el tecnólogo universal, el burócrata universal, el estudioso de los medios universal, el político universal, el empresario universal. ¿O el periodista universal? ¿Seremos en el futuro periodistas como Hemingway o como el recién llegado que lo sabía todo sin verificar nada? ◆

# Malas noticias o el fiasco del Grupo Tribune

Dentro de la profunda crisis que soporta la prensa por todo el mundo, el segundo grupo de periódicos más grande de Estados Unidos se ve forzado a la suspensión de pagos tras una erizada saga de especulación, corruptelas políticas y ambiciones frustradas por la recesión.

**PEDRO RODRÍGUEZ**

**E**l pasado mes de diciembre fue especialmente dramático para la prensa de Estados Unidos. La implacable recesión diagnosticada desde hace un año y el consiguiente retroceso en ingresos por publicidad, más otras incertidumbres acumuladas por el sector, han terminado por alcanzar de lleno a todo tipo de cabecezas, grandes y pequeñas. Circunstancias acompañadas por un pesimismo colectivo de cara al futuro y desmoralización ante un presente que está imponiendo cambios radicales en la industria americana de periódicos bastante envidiada no hace tiempo.

Dentro de todo este preocupante panorama donde leyendas periodísticas se difuminan entre números rojos, el caso más notorio ha sido protagonizado por la compañía Tribune, considerada como el segundo conglomerado de prensa más importante de Estados Unidos. El 2 de diciembre, la empresa multimedia formalizaba en los tribunales de Delaware un procedimiento de suspensión de pagos reconociendo su incapacidad para hacer frente a toda la ingente deuda acumulada en sus libros de contabilidad. Unas obligaciones estimadas en más de 10.000 millones de euros frente a un patrimonio propio que no

**Pedro Rodríguez** es corresponsal de *Abc* en Washington.

llega a los 6.000 millones de euros.

La empresa, propiedad del magnate inmobiliario Sam Zell a través de una operación con deuda apalancada que contribuyó catastróficamente a multiplicar su déficit original, intenta aprovechar esa tregua transitoria para reestructurar sus obligaciones ante una larga relación de acreedores que incluye a entidades como Citigroup, Bank of America, JP Morgan Chase y Merrill Lynch. Todos ellos, a su vez, afectados de lleno por la crisis financiera que está cambiando radicalmente el panorama de Wall Street.

Sobre el papel, la cartera de propiedades del Grupo Tribune –con sede en Chicago y 22.000 empleados– resulta impresionante. En la lista figura desde el equipo de béisbol Cubs hasta 23 estaciones de televisión, pasando por cabeceras legendarias en la historia del periodismo de Estados Unidos como su buque insignia: el *Chicago Tribune*, diario de referencia en la América del medio-oeste desde mediados del siglo XIX. Además de otros periódicos también de especial relevancia como *Los Angeles Times* y el *Baltimore Sun*.

Durante el último año, Sam Zell –sin experiencia en medios de comunicación pero que se hizo con el Grupo Tribune como resultado de la frustración de sus accionistas al no alcanzar anticipados resultados– ha intentado transformar la em-

presa en una especie de cooperativa con participación de sus empleados y fomentando una cultura “rápida, diestra y que recompense la innovación”. Además de forzar recortes, reducciones de plantilla e incluso intentar medir la productividad de los periodistas a través de la extensión de los textos publicados.

La gran operación de Sam Zell, en la que el magnate solamente tuvo que invertir unos 240 millones de euros de su propio patrimonio, se ha visto descarrilada por la crisis económica y la falta de dinero su-

ficiente para sustentar todo ese proyecto de crear un ejemplar conglomerado periodístico para el siglo XXI, con perspectivas de que 2009 vendrá acompañado de adicionales retrocesos en la tarta publicitaria de Estados Unidos como reflejo del colapso de la industria del automóvil y del sector inmobiliario, ade-

La gran operación de Sam Zell se ha visto descarrilada por la crisis y la falta de dinero suficiente para sustentar todo ese proyecto de crear un ejemplar conglomerado periodístico para el siglo XXI

más de una mayor emigración de anunciantes hacia Internet.

Toda esta importante merma de ingresos por publicidad, junto a unas crecientes pérdidas durante el tercer trimestre de 2008 hasta llegar a los 96 millones de euros, han terminado por desbordar la capacidad del Grupo Tribune para hacer frente a sus enormes obligaciones crediticias. Con unos pagos estimados al año en más de 700 millones de euros para servir toda la deuda expandida por el especulativo cambio de propiedad.

Al buscar el refugio de la suspensión de pagos, Sam Zell no ha dejado de recalcar su esperanza de “colocar nuestra deuda en línea con las actuales realidades económicas, eliminando presión sobre nuestras operaciones para que podamos seguir trabajando en nuestro proyecto de crear una empresa periodística sostenible, de vanguardia que sea valorada por nuestros lectores, espectadores y anunciantes”.

Antes de llegar a tirar la toalla en diciembre, la compañía Tribune había intentado hacer frente a su crisis poniendo a la venta una porción de sus propiedades. En mayo, se deshizo de su cabecera neoyorquina *Newsday* por 650 millones de dólares. Hubo un intento fallido para colocar también su participación en Food Network, canal de televisión de pago especializado en el mundo de la gastronomía.

Los esfuerzos para hacer lo mismo con su importante franquicia de béisbol (incluido el Wrigley Field, legendario estadio de Chicago y un 25% del canal SportsNet) tampoco prosperaron en su momento, ya que la crisis crediticia global cercenó también el número de posibles compradores con la financiación suficiente como para hacer frente a una operación tan importante.

La dramática situación del Grupo Tribune, aunque especialmente complicada por el monto de su deuda, no es precisamente una excepción entre el resto de la prensa de Estados Unidos también sometida a pérdidas, reducciones de plantilla, recortes de gastos y todo tipo de ajustes. La cadena McClatchy, que en 2006 adquirió a sus rivales de Knight Ridder, ha visto cómo su cotización en Bolsa ha llegado a caer un 90%.

Agobiado por toda la deuda acumulada, ese conglomerado se ha visto forzado a desprenderse de una de sus más preciadas propiedades: el *Miami Herald*.

Durante los dos últimos años, las acciones de la empresa editora del *Washington Post* también han retrocedido hasta un 40%, forzando entre otras medidas a una reducción incentivada de plantilla. La compañía Scripps ha anunciado la venta de su histórico periódico en Denver, *The Rocky Mountain News*,

fundado en 1859. Y la bastante rentable cadena Hearst también ha confirmado su deseo de desprenderse del *Seattle Post-Intelligencer*.

De no encontrar comprador, la cadena Gannett ha anunciado el cierre del *Tucson Citizen*. El *Minneapolis Star-Tribune* también ha entrado en suspensión de pagos, después de haber sido adquirido hace menos de dos años por un grupo privado de inversión. Apuros compartidos por el *Philadelphia Inquirer*. Mientras que en Detroit, tanto el *Detroit News* como el *Detroit Free Press* han anunciado planes para cercenar el reparto a domicilio de sus ejemplares. Facilitando ese servicio a suscriptores –el método de distribución más predominante en Estados Unidos– solamente para sus ediciones de los jueves, viernes y domingos.

La crisis también ha repercutido hasta en el venerable grupo del *New York Times*, que arrastra un retroceso bursátil en los últimos 12 meses del 55% y crecientes tensiones entre sus accionistas y la familia Sulzberger por la gestión de la empresa. En diciembre, la compañía se declaró dispuesta a hipote-

car su participación del 58% en su nuevo cuartel general en el centro de Manhattan. Una futurista torre de 52 pisos en la Octava Avenida diseñada por el famoso arquitecto italiano Renzo Piano. Ante esta situación complicada por una deuda

estimada en 850 millones de euros y una reconocida merma del 21% en sus ingresos anuales por publicidad, el *New York Times* se ha visto en enero obligado a aceptar un préstamo de unos 190 millones de euros por parte del empresario mexicano Carlos Slim Helú, propietario ya de un 6,9% del diario de referencia en Estados Unidos. Aunque la familia Sulzberger tiene en propiedad un 19% de la compañía, retiene su control empresarial a través de una clase especial de acciones con derecho a voto.

La empresa editora del *New York Times* también se ha visto obligada a sacar a la venta su participación en el equipo de béisbol de los Red Sox de Boston. Además, la vieja pero distinguida dama gris del periodismo en Estados Unidos se ha visto forzada a acompañar su proverbial lema de “todas las noticias que merecen ser impre-

La crisis también ha repercutido en el venerable grupo del *New York Times*, que arrastra un retroceso bursátil en los últimos 12 meses del 55%

sas” con un trato mucho más preferente hacia la publicidad al incluir por primera vez en enero un anuncio a seis columnas en su portada.

Dentro del particular fiasco del Grupo Tribune, las dificultades económicas de la empresa han llegado hasta el punto de entremezclarse con el gran escándalo político sufrido por Estados Unidos entre las elecciones presidenciales del 4 de noviembre y la toma posesión de su nuevo presidente: los intentos delictivos por parte del gobernador de Illinois, Rod Blagojevich, para *vender* al mejor postor el escaño vacante de Barack Obama.

Entre las muchas aristas de ese caso figuran las presiones ejercidas por el inefable gobernador sobre el *Chicago Tribune*. Dentro de sus múltiples chanchullos y extorsiones, el político demócrata de Illinois estaba intentando que el histórico diario despidiese a una serie de firmas de su página editorial por haber argumentado la necesidad de un proceso de *impeachment* –o juicio político– ante la cadena de problemas y prácticas cuestionables acumulada por el gobernador.

De acuerdo con las grabaciones realizadas por el FBI antes de proceder a su detención en diciembre bajo acusaciones de conspiración y solicitud de soborno, Blagojevich estaba exigiendo el apoyo editorial del diario y el despido de una serie de firmas como condición previa para

que el Estado de Illinois facilitase a la compañía Tribune la venta por unos estimados 1.000 millones de dólares de su equipo de béisbol Cubs y del estadio Wrigley Field.

Pese a todo, el *Chicago Tribune* no despidió a nadie ni puso sordina a sus críticas contra el gobernador. Pero este intento de extorsión periodística aprovechando la crisis económica ha generado una profunda inquietud en diferentes periódicos y asociaciones profesionales de Estados Unidos. Para algunos especialistas en historia del periodismo todo este cúmulo de descaros casi no tendría precedentes. Como ha explicado el profesor Edward Alwood, de la Quinnipiac University, “aunque muchos políticos sueñan con hacer algo así, el gobernador de Illinois lo ha intentado llevar a la práctica”.

Para el profesor Norman Sims, historiador de la Universidad de Massachusetts, resulta “inaudito el caso de un político intentando despedir a todo un consejo editorial, aunque en la ciudad de Chicago, con toda su historia, de músculo, influencia y corrupción, probablemente no sea la primera vez, aunque sí sea la primera vez que trasciende al público”.

Dentro de la historia del periodismo americano, hay que recordar que Chicago llegó a presumir en su día de tener hasta 11 diarios con decenas de premios Pulitzer en reñi-

da competencia, según quedó reflejado en la clásica trama teatral y cinematográfica *The Front Page*. Pero en la actualidad, la gran ciudad solamente dispone del tabloide *Chicago Sun Times* y del *Chicago Tribune*, famoso entre otras cosas por anticipar en 1948 erróneamente la derrota de Harry Truman.

Otros académicos dentro de esta saga de presiones políticas sobre la prensa de Estados Unidos han recordado los intentos del presidente John F. Kennedy para que el *New York Times* sacase de la incipiente guerra de Vietnam a su famoso y crítico corresponsal David Halberstam. O las presiones de Richard Nixon contra la empresa editora del *Washington Post*, amenazando con retirar sus licencias audiovisuales, durante la saga de Watergate. Pero, en cualquier caso, esos pulsos nunca llegaron a incluir la exigencia del inmediato cese de firmas incómodas.

A juicio del profesor Edward Alwood, “la gran cuestión aquí es hasta qué punto todas estas actividades terminan por fomentar la autocensura. Ése es el gran peligro que va más allá del Grupo Tribune, ya que

afecta a otros periódicos que están observando todo lo ocurrido y van a sacar sus propias conclusiones. Al final, el perdedor es el público”.

El único periodista del *Chicago Tribune* identificado por su nombre en las inculpadoras conversaciones de Blagojevich es John McCormick, subdirector de la sección editorial, que se ha declarado el primer sorprendido de la saña del gobernador. En un artículo en la revista *Newsweek* titulado ‘Mi extraña semana en el lado malo de Blago’, McCormick destacaba la inmerecida atención acumulada por su nombre: “Cada día hay periodistas del *Chicago Tribune* que arriesgan sus vidas en zonas de guerra o en las calles plagadas de violencia de nuestra ciudad. Y en comparación, vivir en una lista de enemigos no es algo tan malo”.

Con su ironía británica, *The Economist* ha recordado cómo Sam Zell, al completar la adquisición del Grupo Tribune en diciembre de 2007, prometió que su empresa aspiraba a representar el futuro de los periódicos. Y quizá, en el fondo, puede haber acertado aunque no en su original sentido triunfalista. ♦

Edward Alwood,  
profesor de la  
Quinnipiac  
University: “La  
gran cuestión es  
hasta qué punto  
estas actividades  
terminan  
por fomentar la  
autocensura”

# La (no) cobertura de la Operación Plomo Sólido

La prensa ha sido incapaz de informar adecuadamente del ataque contra la franja de Gaza debido a la censura, la intimidación y las limitaciones impuestas por el liderazgo militar y político israelí.

**RAFAEL MORENO IZQUIERDO**

**D**esde la creación de su Estado, los israelíes han luchado en muchas guerras y escaramuzas bélicas, pero quizá en ninguna de ellas el Gobierno y la cúpula militar ha controlado tanto la información y la comunicación públicas como en la Operación Plomo Sólido. El asalto aéreo y terrestre contra la franja de Gaza entre el 27 de diciembre de 2008 y el 22 de enero de 2009 ha sido, nuevamente, otra de esas contiendas bélicas muy mal contada por los medios de comunicación aunque, en este caso, hay que reconocer que la prensa inter-

nacional se ha enfrentado a un plan perfectamente preparado y diseñado para impedir una cobertura imparcial y profesional, y ha tenido escasos recursos para oponerse a una evidente manipulación de la historia. Nachman Shai, militar israelí retirado y doctorando sobre la diplomacia pública israelí, lo explica con claridad: “Es el resultado de lo que ocurrió en la Guerra de Líbano en 2006 contra Hizbulá. Entonces, los periodistas fueron libres de ir donde querían. Las cámaras pudieron grabar las discusiones entre comandantes y quien quiso salió por televisión.

**Rafael Moreno Izquierdo** es profesor de Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid e investigador del Instituto de Estudios sobre Conflictos y Ayuda Humanitaria.

Aquello ayudó al enemigo y confundió a la opinión pública interior. Hoy, Israel busca controlar la información de una manera mucho más completa”<sup>1</sup>. Efectivamente, el Gobierno israelí no ha cometido el mismo error y ha mostrado un total desprecio no sólo a la legislación internacional que salvaguarda la libertad de expresión y la obligación de proteger a la población civil y a los periodistas por extensión (por lo que debería responder ante el tribunal competente), sino también al principio reconocido universalmente de que la presencia de periodistas y colaboradores humanitarios proporciona una comprobación esencial con respecto a los abusos contra los Derechos Humanos y violaciones de la ley de la guerra. Los planificadores de las Fuerzas de Defensa de Israel (FDI, siglas en inglés) estaban preparados y no han dejado nada al azar. Ningún medio ni cadena ha logrado superar su muralla de impedimentos y obtener esa cobertura que le concediera relevancia mundial. Semanas antes de la invasión, confeccionaron un detallado plan

para censurar, intimidar y limitar la libertad de acción y de cobertura de los medios de comunicación –extranjeros y locales–, a la vez que ponían en práctica una potente campaña de propaganda a escala global utilizando todos los canales y herramientas que

ofrecen y facilitan las nuevas tecnologías –desde un canal de vídeo propio en YouTube hasta las redes sociales, pasando por el envío de SMS y los *call centers*–.

El objetivo de las autoridades israelíes ha sido claro. Controlar al máximo la obtención y difusión de información para limitar el impacto de la previsible reacción negativa de la opinión pública mundial ante la brutalidad y contundencia del ataque, contrarrestar el apoyo popular que pudiera generarse a favor

de la población palestina y la contra-propaganda de Hamás, y contribuir, de ese modo, a que la secuencia del operativo militar se desarrollara tal como estaba planeado, sin más influencias externas que los acontecimientos sobre el terreno. Ni siquiera lo han ocultado. “Cualquier periodista que entre en

Entre 400 y 500 corresponsales extranjeros que se encontraban en Israel se vieron forzados a trabajar desde Jerusalén con sólo la información oficial y los datos que facilitaban colaboradores

Gaza se convierte en un vehículo de propaganda para la organización terrorista Hamás y no hay razones para permitirlo”, declaró al comienzo de la ofensiva Daniel Reaman, director de la Oficina de Prensa del Gobierno israelí. Tácticamente, su colega del Ejército hebreo, la mayor Avital Leibovich, esgrimió la manida excusa de la seguridad para declarar toda Gaza zona de exclusión militar y no permitir el paso de ningún periodista. “Si un periodista resulta herido o muere, es responsabilidad del Comando Central”, agregó.

## **Bloqueo y censura**

Israel ha mantenido un bloqueo casi total de la Franja de Gaza desde junio de 2007, cuando Hamás expulsó tras seis días de enfrentamientos a las fuerzas leales al presidente palestino y líder de Al Fatah, Abu Mazen. Aun así, un mes antes del inicio de la ofensiva y como parte de su estrategia de control de la información, prohibió la entrada de periodistas extranjeros y al comenzar la operación declaró Gaza y la frontera como “zona militar cerrada” para la prensa local e internacional, alegando, como hemos dicho, “motivos de seguridad”. Esto obligó a que los entre 400 y 500 corresponsales extranjeros –incluidos todos los españoles– que se encontraban en Israel se vieran forzados a trabajar desde Jerusalén con sólo la

información oficial distribuida por Israel y los datos que podían facilitarles *stingers* o colaboradores dentro de la franja, no siempre fáciles de confirmar, especialmente en relación con el número de muertos y heridos. La censura impuesta por las autoridades israelíes fue contestada inmediatamente por la Asociación de Prensa Extranjera de Israel (FPA, siglas en inglés), que, tras los oídos sordos del estamento político israelí, recurrió al Tribunal Supremo. “La prohibición sin precedentes de ingreso a Gaza a los medios mundiales –aseguró– representa una severa violación de la libertad de prensa”. La prohibición “pone al Estado de Israel junto a un puñado de regímenes alrededor del mundo que impide regularmente a los periodistas realizar su trabajo. Llamamos a las autoridades israelíes a levantar esta prohibición inmediatamente, en línea con la decisión de la Corte Suprema de su propio país y los principios básicos del Estado democrático”, dijo la FPA. A los pocos días, la máxima autoridad judicial sentenció a su favor y ordenó al Gobierno que coordinara con la FPA la entrada de al menos un número limitado de periodistas para que pudieran informar desde dentro de las operaciones militares. La FPA subrayó que el tribunal no dejó “otra opción que elegir entre *pool* o nada”, en referencia al sistema desarrollado por los Ministerios

de Defensa británico y estadounidense para escoltar a reporteros *incrustados* en unidades militares a las que acompañan a lugares de conflicto o guerra. En el dictamen, la corte reservó al Gobierno israelí el derecho a elegir a dos de los ocho periodistas. Sin embargo, a pesar de la orden del Tribunal Supremo, los líderes políticos y militares israelíes continuaron negándose a cumplirla y retrasaron, una y otra vez, su puesta en práctica. Después de 13 días de combates y ante una intensa protesta de la prensa internacional, el Gobierno israelí permitió que cuatro reporteros –un cámara de la BBC y tres israelíes– acompañaran *empotrados* a los comandos israelíes que penetraron por el norte del territorio pero, tras unas horas, fueron obligados a regresar a Israel. Sólo pudieron seguir de cerca a los soldados bajo supervisión estricta de los mandos militares y nunca gozaron de libertad de movimientos para hablar con la población local<sup>2</sup>.

La FPA no fue la única que protestó. Otras organizaciones internacionales como Human Rights Watch y Reporteros sin Fronteras (RSF) también denunciaron la situación. “Reaccionamos contra el bloqueo porque sabemos que este conflicto tiene un impacto moral, emocional, físico, simbólico, de ámbito general”, declaró Benoit Hervieu, responsable del Departamento de las Américas

de esta organización, quien movilizó desde el exterior a la prensa internacional. El 9 de enero, hizo público una declaración firmada por casi un centenar de los principales medios del mundo criticando la prohibición de ingresar a Gaza para cubrir el conflicto. “Ante la amplitud de las operaciones militares, así como de las repercusiones que generan en todo el mundo, el hecho de que las autoridades israelíes cierren la franja de Gaza a la prensa nos parece indefendible y peligroso. Resultaba incompresible que Israel impida que la prensa dé cuenta, de forma independiente, de unos acontecimientos que nos afectan a todos”, recogía la protesta de los medios<sup>3</sup>.

### **Sderot, como plató**

Ante la imposibilidad de entrar en Gaza, las televisiones y reporteros gráficos no tuvieron más remedio que contentarse con informar desde las zonas israelíes más cercanas a la franja, donde los militares israelíes les permitían e, incluso, invitaban a colocar sus cámaras. El portavoz gubernamental, Reaman, lo repitió en varias ocasiones: “Los periodistas que insisten tanto en entrar en Gaza deberían ir mejor a ver a los niños de Sderot, de Ashkelon y de toda la periferia de la franja, y tener vergüenza”. Sderot es una pequeña localidad israelí cercana a Gaza y situada en una

loma desde la que se podía observar a la perfección pero a distancia la evolución de la maquinaria de guerra israelí: helicópteros y aviones bombardeando los centros urbanos, grandes explosiones e inmensas columnas de humo –todo lejano sin sangre ni dolor humano–. Rápidamente, se acumularon durante todo el día y la noche decenas de vehículos coronados de antenas, radios y cámaras de fotografía con grandes telescopios. Con ello, las autoridades conseguían su propósito de definir el guión informativo de la campaña y reforzaban el principal mensaje de la campaña de propaganda de Tel Aviv. Las víctimas reales eran los ciudadanos judíos, objetivo de las decenas de misiles lanzados por Hamás. A falta de palestinos por entrevistar, los corresponsales extranjeros se veían obligados a grabar a los israelíes del lugar que generosamente repetían en sus palabras las consignas oficiales. Por si esto fuera poco, el Gobierno israelí aseguró que su versión de la historia era recogida facilitando a esos enviados especiales en Sderot oportu-

La censura israelí reforzó el cumplimiento de todas las normas que debían seguir los enviados internacionales a menos que quisieran ser expulsados del país

nos portavoces civiles y militares que con burocrática eficiencia repetían una y otra vez los mensajes preparados y se instalaban en los hoteles donde se alojaban los periodistas para coincidir con ellos y conocer sus movimientos. “Intentamos coordinar todo lo que tiene relación con imagen y contenido y confirmar que toda persona que sale *al aire*, sepa qué tiene que decir”, reconoció, sin escrúpulos, Aviv Shir-On, subdirector general para medios de comunicación del Ministerio israelí de Exteriores. “Facilitamos las ideas claves y las diseminamos, ése es nuestro trabajo”, agregó. Los mensajes eran claros: “Los israelíes son tan víctimas como los palestinos”; “Hamás utiliza a los niños como escudos humanos”; “Israel sólo responde a la provocación terrorista”. Al mismo tiempo, los responsables de la maquinaria de propaganda israelí informaban oportunamente a través de correos electrónicos y SMS de la caída de los cohetes, los acontecimientos más relevantes de la operación o repetían su versión de incidentes “desgraciados”, con el bombardeo

de las escuelas de la ONU o las denuncias de ataques sobre las ambulancias de la Media Luna. Por si esto no fuera suficiente, la censura israelí reforzó el cumplimiento de todas las normas que debían seguir los enviados internacionales a menos que quisieran ser expulsados del país. Entre ellas destaca, por ejemplo, la obligación de no revelar dónde caían los cohetes (sólo regiones) o el tipo concreto –supuestamente para no dar información al enemigo–, no informar del inicio de operaciones militares antes de que el mando lo autorizara o entregar a revisión previa cualquier cosa que pudiera afectar a la seguridad nacional. La directora de censura militar de Israel, Rachel Dolev, lo recordó por escrito en cartas enviadas a los responsables de las páginas web de noticias y *blogs* más conocidos, en las que exigió que en la actual coyuntura adoptaran una “especial sensibilidad” para cumplir sus instrucciones, a la vez que les recalca que los censores israelíes estarán disponibles permanentemente. Además, enfatizó la importancia de que los corresponsales que informaban en directo siguieran sus recomendaciones. “Los censores estarán trabajando las 24 horas del día en dos centros para medios –en el Ministerio de Asuntos Exteriores en Jerusalén y en el David Intercontinental de Tel Aviv”, añadió en la carta

Dolev. El control de la difusión de noticias se impuso incluso a los propios soldados israelíes que tuvieron que entregar sus móviles para evitar la difusión no controlada de información e imágenes, como se produjo durante la Guerra de Líbano. Según la investigación a posteriori que ordenó el general mayor Dan Halutz, jefe del Estado Mayor del Ejército de Tierra, durante esa contienda, una de las pocas que Israel perdió en el terreno de la comunicación, se produjeron una media de 460 conversaciones diarias no autorizadas de oficiales israelíes y periodistas.

## Intimidación

La estrategia de Israel parte del principio de considerar que todo el periodismo que se realiza en Gaza está controlado y orientado por los dirigentes de los grupos radicales. Opinión que algunos destacados periodistas como Rafael Jiménez Claudín, actual secretario general de Reporteros sin Fronteras en España, comparten en cierta manera. “El ejercicio del periodismo en Palestina suma todos los obstáculos que en otros países se producen aislados”, afirma Jiménez Claudín en su *blog*. “Es un periodismo muy politizado y de trincheras, en el que cada medio, sometido a un poder político de Al Fatah o de Hamás, cuenta su verdad, y los periodistas que trabajan en ese medio no tienen

más opciones que seguir la línea editorial porque el periodismo independiente es prácticamente inexistente. Un periodista palestino se tiene que enfrentar diariamente a su redactor jefe y a su editor dentro de la redacción, al peligro de los pistoleros de las otras fracciones fuera de la redacción y al ejército israelí. Esta situación hace que la información que sale de los territorios palestinos al exterior sea poco fiable por la falta de fuentes independientes”. En este sentido, una vez maniatados y aislados del teatro de operaciones la mayoría de los medios de comunicación internacionales, la segunda parte de la estrategia de comunicación de Israel ha estado basada en la intimidación de aquellos periodistas locales -árabes, en mayor medida- que podían informar desde dentro de Gaza o que desafiaban la estricta censura militar. La consigna parecía clara: sin testigos, algo que esta completamente prohibido por la Convención de Ginebra y el derecho humanitario. Con total impunidad, los helicópteros y cazas israelíes atacaron deliberadamente los edificios dentro



La segunda parte de la estrategia de comunicación de Israel ha estado basada en la intimidación de los periodistas locales -árabes, en mayor medida- que podían informar desde Gaza

---

de la franja donde estaban instalados los principales medios locales, en especial aquellos controlados o inspirados por Hamás. La mayoría de los ataques se produjeron sin aviso previo y a pesar de que las autoridades conocían perfectamente su localización. Las sedes de la televisión y la radio Al Aqsa y el diario *Al Resalah* fueron bombardeadas por primera vez el 28 de diciembre, al día siguiente del inicio de la operación militar. El 15 de enero, los israelíes atacaron el edificio Shurouq donde tiene sede una veintena de agencias de prensa y estaciones de televisión como Fox, Sky News y RTL. Dos minutos antes, el Ejército les había garantizado que respetaría el edificio. Son heridos dos periodistas de Abu Dhabi TV. En otros casos, la simple amenaza es el mensaje. Así ocurrió a las 19.30 del 12 de enero, cuando se recibió una llamada en la emisora de radio Al Qads avisando de que tenían cinco minutos para desalojar el edificio antes de que fuera bombardeado. La emisora está situada en el edificio Asúa Hosary, donde se encuentra también la agencia palestina de prensa

sa Ramattan, uno de los pocos medios desde donde se podían emitir imágenes de lo que estaba ocurriendo. Inmediatamente se desalojó el edificio, mientras que el director de Ramattan, Shohdy Al Kashif, intentó comunicarse sin éxito con el Ejército israelí para señalarles lo que, con toda seguridad, ya sabían. No hubo respuesta. Sami Abu Salem, redactor de Ramattan, reconocía horas después la tensión y el sentido de emergencia en la que se encontraban: “Trabajamos mientras esperamos la muerte en cualquier momento. Pese a que escondemos el miedo, esperamos que un cohete nos sorprenda y termine con nosotros”. Tras una hora de espera sin que ocurra nada, los periodistas decidieron regresar, conscientes de que todo aquello era parte de la guerra psicológica impuesta por Tel Aviv para evitar la difusión de lo que ocurría en Gaza<sup>4</sup>. Como consecuencia de estos ataques y según datos provisionales, al menos siete periodistas árabes habrían fallecido –los fotógrafos palestinos Hamza Shahin y Omar Silawi; los cámaras de la televisión argelina Basel Faraj y la ca-

dena palestina Fiastine, el-Wahidi el-Baligh, y los reporteros de Palestine TV, Enhab El Whaid; de la radio Alwan, Ala Mortaja; y de la cadena de televisión Al Aqsa, Omar Silawi–, así como una decena más habrían resultado heridos de diversa consideración. Mientras esto ocurría en Gaza, en Jerusalén, los soldados israelíes también persiguieron a la prensa que no cumplía la censura. Éste fue el caso del arresto de dos periodistas palestinos de la cadena de televisión iraní Al-Alam, Jader Shahine y Mohamed Sarham, acusados de poner en peligro la “seguridad nacional”. Los dos reporteros estuvieron encancelados durante 10 días sin pasar por el juez y después puestos en libertad bajo fianza acusados de espionaje, uno de los delitos más graves del que puede ser acusado uno en Israel<sup>5</sup>.

Respecto a la prensa israelí, hay que afirmar que claramente ha tomado partido en esta guerra a favor del Ejército y del Gobierno. Quizá porque, al contrario que con la última invasión de Líbano, las discrepancias entre los políticos y los militares y la opinión pública han

Gaza ha sido una nueva etapa en el mundo de la información árabe porque ha demostrado que los medios de esta zona no tienen una visión monolítica de lo que ocurre en Oriente Medio

sido nulas. Desde el primer momento, ha dominado el patriotismo típico de un país unido contra el enemigo, y ningún medio ha resaltado la enorme crisis humanitaria que se estaba produciendo entre la población palestina. Ni siquiera el prestigio diario *Haaretz*, muy popular en Europa pero con sólo 30.000 ejemplares de tirada, se ha desmarcado de esta tendencia más allá de algunos matices. En su edición del 5 de enero, por ejemplo, fue el único que informó de que los muertos palestinos ascendían oficialmente a más de un centenar, aunque se olvidó de mencionar que eran civiles. Por otra parte, la portada de ese mismo día del diario de mayor difusión, *Yediot Ahrono* –con 400.000 ejemplares de venta– mostraba una gran fotografía a toda página con varios soldados israelíes heridos. En el interior, en la página 7, insertaba un artículo sobre la prensa internacional en el que se aseguraba, sin duda, que se había puesto de parte de los palestinos por estimar que son los que “sufren” mientras que los israelíes son los “culpables”. Este artículo reproducía portadas de un diario holandés y del español *Público*, al que criticaba por anti-israelí. “Las informaciones periodísticas más hostiles para Israel de Europa son las de España, Irlanda, Reino Unido, Holanda, Bélgica, Suiza y los países escandinavos, y se repiten en

los periódicos de la totalidad del arco político”. Señalaba que *Público*, al que calificaba de próximo al partido socialista gobernante, había abierto el día anterior su portada con una fotografía en la que se veía a dos palestinos conmocionados que se inclinan sobre dos cadáveres bajo el título ‘Casa por casa’<sup>6</sup>.

### **TV: experiencia frustrante**

Desde el punto de vista televisivo, Gaza ha sido una experiencia frustrante. Casi todas las televisiones occidentales (a excepción de la BBC, que tenía un periodista local dentro de la franja) se han tenido que limitar a utilizar estáticos presentadores repitiendo los comunicados de prensa oficiales o mostrar imágenes distantes de bombas explotando y densas columnas de humo, si no querían tener que recurrir de nuevo a las cadenas árabes Al Yasiira y Al Arabiya. Una vez más, por los recortes de presupuestos (la CBS había despedido a todo su equipo en Israel unos días antes del inicio de los bombardeos) o la falta de acceso al lugar de los hechos, han cedido el protagonista a las emisoras árabes que, en un principio, llegaron incluso a distribuir gratuitamente las imágenes que recibían vía satélite desde Gaza. Lo más significativo en este sentido es que tampoco ha emergido una voz dominante en el mundo árabe. Quizá la más destacada ha vuelto a ser Al

Yasira, aunque fuera porque contaba con dos reporteros en Gaza –Ayman Mohyeldin, una productora estadounidense que había trabajado en NBC y CNN, y Serien Tadros, una productora egipcia– pero en esta ocasión, a pesar de su agresiva cobertura, ha encontrado una seria competencia en la cadena Al Arabiya, ligada a los círculos de la familia saudí, y más moderada en su orientación. En este sentido, Gaza ha representado una nueva etapa en el mundo de la información árabe porque, sobre todo, ha demostrado por primera vez que los medios de comunicación de esta zona no tienen una visión monolítica de lo que ocurre en Oriente Medio. Durante las tres semanas de conflicto, Al Yasira, propiedad del Gobierno de Qatar y con mucha mayor audiencia, y Al Arabiya han ofrecido coberturas informativas bastante diferentes. Al Yasira no ha tenido reparo en mostrar fuertes y emotivas imágenes de sangre acompañadas de duras críticas contra Israel, así como multitudinarias manifestaciones antiisraelíes en distintas capitales árabes. Por el contrario, su rival, Al

La invasión israelí de la franja de Gaza pasará a los libros de historia como el primer conflicto plenamente 2.0 y sus protagonistas han sido en este caso YouTube, Twitter, Flickr y Facebook

Arabiya, optó por evitar los vídeos más crudos –normalmente de niños muertos o ensangrentados– y utilizó un tono más sosegado. La diferencia no ha pasado desapercibida. “Nuestra cobertura ha estado más cercana a la gente”, explicó Ahmed al Sheij, responsable de Noticias de Al Yasira. Aunque afirmó que su canal es “imparcial” y concedió tiempo a los portavoces israelíes para explicar su postura, “nosotros no somos neutrales cuando se refiere a gente inocente que muere como ha ocurrido. La cámara recoge lo que ocurre en realidad y la realidad no es neutral”, agregó Sheij, recordando lo que las cadenas de televisiones estadounidenses hicieron durante la Guerra de Vietnam. “El objetivo de cubrir la guerra es revelar las atrocidades que provoca”, añadió. El jefe del Departamento de Noticias de Al Arabiya, Nakhle El Hage, lo explica desde otro punto de vista. “Pertenece a escuelas periodísticas diferentes en el mundo árabe”. El Hage, que ha recibido amenazas de muerte por prohibir a sus locutores utilizar la palabra *shaheen* (mártir) para describir

a los muertos palestinos y criticado abiertamente por los líderes de Hizbulá, no comparte la idea de que los medios deben defender unos intereses ideológicos propios como hace Al Yasira<sup>7</sup>. “Nosotros creemos que tenemos que garantizar el conocimiento de las cosas a través de un flujo de noticias sin partidismo, lo más equilibrado que sea posible”, afirmó. Para muchos es reflejo de un juego de poder y de un cambio fundamental en la región. Así al menos lo piensa Abduraheem Al-Bateeh, responsable de Noticias de la cadena Abu Dhabi TV, para muchos la tercera en importancia en lengua árabe. “Es obvio para todos. Al Yasira muestra que es pro Hamás y Al Arabiya pro Al Fatah”. Su canal –afirma– está en el medio. “Estamos con Hamás en el sentido humanitario, pero con Al Fatah en el político”<sup>8</sup>.

### **Alberto Arce, ‘corresponsal’ español**

En este contexto, la prensa internacional, incluida la española, ha intentado superar el bloqueo informativo recurriendo a colaboradores locales que pudieran ayudarles a contrastar o confirmar opiniones. Estamos hablando de traductores, asistentes sanitarios o cámaras o fotógrafos locales o ciudadanos que vivieran dentro de Gaza y tuvieron alguna libertad de movimiento y comunicación con el exterior. En el caso español, el *corresponsal* impro-

visado por necesidad o ocurrencia ha sido un asturiano de 32 años, Alberto Arce, que antes de que comenzara la operación llegó a la franja como componente de una comitiva de la organización humanitaria Free Gaza. En un primer momento, Arce apareció como testigo del drama palestino en los medios de prensa más importantes de España como RTVE. A los pocos días, sin embargo, llegó a un acuerdo con *El Mundo* para escribir crónicas especiales que permitieron al diario madrileño ser el único del país que ha podido firmar dentro de Gaza en su primera página. Francisco Herranz, redactor jefe de la sección de Internacional del diario, lo explica así: “El objetivo era tener alguien dentro que pudiera informar de lo que veía. Teniendo en cuenta las duras circunstancias, Alberto ha hecho un trabajo excelente que nos ha permitido contrastar e intentar superar la censura israelí”. Su libertad de movimiento ha estado muy limitada por la situación bélica, pero ha logrado, al menos, transmitir una visión diferente de lo que ocurría en Gaza. “En respuesta a la cada vez más vergonzosa y extendida costumbre de *empotrarse* como periodistas en unidades militares, decidí, junto a mis compañeros, *empotrarme* en las ambulancias de la Media Luna”, explicó Arce. “De ese modo, *empotrándonos* con los civiles y los equipos médi-

cos ganábamos la batalla de la comunicación, llegando siempre los primeros a los lugares en que se producían los ataques con el objetivo de documentar los lugares destruidos (...). Nuestras retinas y nuestras cámaras son el testigo vivo de las mentiras israelíes”. Arce es muy crítico con los medios convencionales. “En esta ocasión, se trataba de elegir el lugar desde el cual se informaba y trabajaba. Los medios decidieron que el lugar era Jerusalén o la frontera y no Gaza”, resalta el cooperante que recuerda que desde agosto había medios para poder entrar en la franja. “Decidieron no utilizarlos. A partir de ese momento, se limitaron a reproducir la versión facilitada por los partes de guerra israelíes y generar, a partir de lo que ellos decían, la estructura de respuesta”. Por su firme posición anti-israelí y su denuncia del drama humano palestino, Arce ha recibido amenazas telefónicas contra su vida e, incluso, ha sido denunciado en páginas de Internet como “colaborador de Hamás”, algo que desmiente rotundamente pero que eleva el riesgo de posibles atentados.

## La guerra en YouTube

La Guerra del Golfo de 1990-91 fue considerada la primera guerra televisada en directo y consagró a la CNN como referencia informativa

mundial. La invasión israelí de la franja de Gaza pasará a los libros de historia como el primer conflicto plenamente 2.0 y sus protagonistas han sido en este caso YouTube, Twitter, Flickr y Facebook. Desde el primer día de la ofensiva, los comunicadores del Ejército israelí decidieron trasladar la batalla mediática a Internet creando su propio canal (<http://idfspokesperson.com/>) y tomando la iniciativa para diseminar directamente su visión de la guerra a la opinión pública mundial sin intermediarios. “Cuando el Estado de Israel se enfrenta nuevamente a aquellos que lo quieren destruir, es imperativo que las FDI muestren al mundo la inhumanidad dirigida contra nosotros y nuestros esfuerzos para detenerla”, explicó la Oficina de Prensa de las Fuerzas Armadas israelíes. La mayor Avital Leibovich, portavoz militar israelí, razonó la decisión de utilizar YouTube por el convencimiento de que ayudaría a “enviar nuestro mensaje al mundo. Necesitamos contrarrestar a los miles de usuarios que se lanzaron al sitio para subir vídeos e informes de los ataques en Gaza. Debemos ser relevantes aquí. Es imperativo que mostremos al mundo la falta de humanidad en contra de nosotros y nuestros esfuerzos por detenerla”. Los militares israelíes colocaron su primer vídeo en YouTube (<http://www.youtube.com/idf->

nadesk) el 29 de diciembre, después de menos de 48 horas desde que se iniciaran los bombardeos, y durante las tres semanas que duró la ofensiva subieron más de 100 audiovisuales que tuvieron 2,1 millones de reproducciones y 23.400 suscriptores. Los vídeos con más visualizaciones, la mayoría proporcionados por la Fuerza Aérea, se refieren a grabaciones tomadas desde helicópteros que muestran presuntos miembros de Hamás disparando cohetes camuflados cerca de escuelas o mezquitas, supuestos *terroristas* preparando misiles dentro de un camión en una zona poblada o escenas de combates tomadas con cámaras de visión nocturna, aunque también se colocaron imágenes con declaraciones de portavoces militares que explicaban e interpretaban diariamente el transcurso de los acontecimientos. Este canal ha mantenido ese aire informal pero con una gran agilidad a la hora de responder a los acontecimientos y con estudiada meticulosidad para reforzar los mensajes habituales –Hamás siempre ha sido y es una organización terrorista, etc.–.

En Facebook, el grupo Free Palestine, que respalda “la causa israelí contra el terrorismo”, acumuló rápidamente más de 50.000 miembros

Por su parte, el 30 de diciembre, el Consulado General de Israel en Nueva York daba la primera rueda de prensa acerca de la situación en Gaza en Twitter (<http://twitter.com/israelconsulate>). En Facebook, el grupo Free Palestine, que respalda “la causa israelí contra el terrorismo”, acumuló rápidamente más de 50.000 miembros, convirtiéndose en una de las comunidades más dinámicas de la red.

Respecto a la mirada palestina, la actividad digital ha sido más difusa. El sitio más visionado durante el conflicto ha sido el creado por la cadena de televisión Al Yasira, cuyo canal en YouTube ha superado los 400.000 suscriptores y su canal en inglés cuenta con más de 2,5 millones de televidentes. Su sitio *War on Gaza* ha sido un referente para los internautas que han podido ver sus vídeos y dejar comentarios que en algunos casos han complementado la información de sus corresponsales. Esta empresa también cuenta con un Twitter específico que se dedica a informar y contar todo lo relacionado con los misiles Qassam que se envían desde Gaza a Israel

(<http://weitter.com/QassamCount>). Entre otros sitios privados destaca *Gaza Siege* (<http://gazasiege.org/>), cuyo lema, *Entendiendo Gaza*, muestra su filosofía de intentar explicar

desde la objetividad el drama de la población palestina, o la web <http://twitter.com/freedomforgaza>, que ha aportado noticias en español durante todo el conflicto. ❖

---

1. Ethan Bronner, 'Israel Puts Media Clamp on Gaza', *The New York Times*, 01/06/2009. Consultado el 19/01/2009 en <http://www.nytimes.com/2009/01/07/world/middleeast/07media.html?ref=world>

2. La operación tuvo lugar el 08/01/2009. Un equipo de televisión de Reuters fue también autorizado a acompañar a una patrulla israelí dentro de Gaza el 12/01/2009. Su reportaje televisivo puede consultarse en [http://www.lemonde.fr/la-guerre-de-gaza/video/2009/01/13/images-d-une-equipe-tv-embarquee-avec-l-armee-israelienne-a-gaza\\_1141154\\_1137859.html](http://www.lemonde.fr/la-guerre-de-gaza/video/2009/01/13/images-d-une-equipe-tv-embarquee-avec-l-armee-israelienne-a-gaza_1141154_1137859.html). Tres días después, Christian Fraser, de la BBC, fue el primer periodista occidental que pudo entrar en Gaza de forma independiente. Su primera información la envió desde Rafah, en el sur de Gaza, tras cruzar la frontera con Egipto, que hasta ese momento también había permanecido cerrada a la prensa extranjera. 'Eyewitness: BBC reporter in Rafah', *BBCNews*.16/01/2009. [http://news.bbc.co.uk/2/hi/middle\\_east/7834419.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/middle_east/7834419.stm) consultado el 18/01/2009.

3. La declaración esta firmada por medios de comunicación de todo el mundo, entre ellos Al Yazira (Qatar), *The New York Times*, CNN, ABC y CBS (EE UU), *Le Monde* (Francia) y *El Comercio* (Perú). Los medios españoles que la suscribieron fueron: *Abc*, Cadena Ser, Com Ràdio, CNN+, Cuatro, *Cubamatinal.com*, *El Mundo*, *El País*, *El Periódico de Catalunya*, *Diariocritico.com*, *Indepen-*

*dent docs TV*, *La Aventura Humana*, *La Sexta*, *Nuevatribuna.es*, *Periodistas-Es.org*, RNE y TVE. Llamamiento de los medios de comunicación de todo el mundo y de Reporteros sin Fronteras a las autoridades israelíes.

Reporteros sin Fronteras. 09/01/2009. [http://www.rsf.org/article.php?id\\_article=29932](http://www.rsf.org/article.php?id_article=29932) consultada 09/01/2009.

4. Alberto Arce, 'Trabajamos esperando la muerte a cada momento', *El Mundo*. 13/01/2009, Pág. 23.

5. Para una cronología de todas estas intimidaciones puede consultarse en la página de Internet de Reporteros sin Fronteras. [http://www.rsf.org/article.php?id\\_article=29899](http://www.rsf.org/article.php?id_article=29899).

6. Eugenio García Gascón, 'La guerra de la prensa', *Público*. 06/01/2009, <http://www.publico.es/internacional/188755>

7. AFP, 'Las cadenas de información árabes, divididas sobre la cobertura de Gaza', 01/01/2009, consultado en <http://actualidad.terra.es/sociedad/articulo/gaza-cadenas-informacion-arabes-dividas-2992731.htm> el 18/01/2009.

8. Lawrence Pintak, 'Arab Media Wars: Hamas, Fatah and the Arab media World', 23/01/2008 en [http://www.cjr.org/campaign\\_desk/arab\\_media\\_wars.php](http://www.cjr.org/campaign_desk/arab_media_wars.php) consultado el 28/01/2009.

9. Ida de Hera Salvador, entrevista a Alberto Arce, IECAH, realizada el 21/01/2009, consultada el 29/01/2009 en [http://www.iecah.org/ver\\_completo.php?id\\_articulo=483](http://www.iecah.org/ver_completo.php?id_articulo=483).

# Mujeres corresponsales de guerra

La francesa Margarita T. de Herrero y la española Dolores Pedrosa, durante la invasión de Abisinia (actual Etiopía) por los italianos; la norteamericana M. Gellhorn y la alemana Gerda Taro, durante la Guerra Civil Española; las estadounidenses G. Emerson y J. Corburn, en Vietnam; sin olvidar a las asesinadas (por ejemplo, la italiana Maria G. Cutuli) o secuestradas en Afganistán (por ejemplo, la francesa F. Aubenas). Sus nombres sirven para trazar la presencia y la evolución profesional de las corresponsales en conflictos armados.

## GONZALO JAR COUSELO

**D**e entrada, si consideramos que la guerra ha sido históricamente una cuestión casi exclusiva de los hombres, no ha de extrañar que la presencia de mujeres como corresponsales de guerra sea un fenómeno reciente. Bien es verdad que, con el paso del tiempo, esta presencia se ha ido incrementando hasta el punto de que, en ocasiones, la cobertura sobre los conflictos bélicos actua-

les por las grandes cadenas informativas suele quedar en manos de mujeres periodistas. En línea con esa tradicional ausencia y aunque no deja de ser importante destacar el profesionalismo y la valentía de las mujeres corresponsales de guerra, A. M. Portugal considera fundamental llamar la atención sobre aquellas reporteras que siempre han entendido que estar en los frentes de batalla no significa sólo la

**Gonzalo Jar Couselo**, general de división de la Guardia Civil, es miembro del Centro de Estudios de Derecho Internacional Humanitario de Cruz Roja Española.

oportunidad para disputar la primicia de una noticia o ser la mejor de la profesión sino, sobre todo, poder tener una visión de lo que acontece en esas zonas diferente a la que se ha considerado tradicional.

En base a ese planteamiento claramente masculino de ver y hacer la guerra, resulta lógico que las primeras normas de protección de los periodistas en caso de conflicto armado se refieran siempre al género masculino. Así, la primera norma que aborda esa cuestión, el artículo 13 del Reglamento relativo a las leyes y usos de la guerra, de la Convención de La Haya de 1899, se refiere a “los individuos que siguen a un Ejército sin formar parte de él, tales como *corresponsales de periódicos...*, que caigan en poder del enemigo, y que éste considere útil detener tendrán derecho al trato de prisioneros de guerra, a condición de que estén provistos de carta de legitimación de la Autoridad militar del Ejército a que acompañaban” (cursiva del autor). De igual manera, ya en el ámbito del Derecho Internacional Humanitario (DIH), el II Convenio de Ginebra relativo al trato debido a prisioneros de guerra (1929), en su artículo 81, traslada el contenido del precepto antes citado, sólo que ahora ya se habla de “corresponsales” y “reporters de periódicos”.

Ese mismo planteamiento de excluir a las mujeres del desarrollo de



Como norma general, hasta bien entrado el primer tercio del siglo XX, los editores fueron muy reacios a aceptar artículos de temas bélicos escritos por mujeres

la guerra hizo que, como norma general, los editores hasta bien entrado el primer tercio del siglo XX fuesen muy reacios a aceptar artículos de temas bélicos escritos por mujeres, lo cual no impidió que, si bien no fue nunca muy numerosa su presencia en los conflictos armados de la época, sí lo sería el importante trabajo realizado por alguna de ellas en base precisamente a esa excepcionalidad. Hay que señalar, además, que la gran época de los corresponsales de guerra no había hecho más que comenzar, y mujeres como V. Cowles y M. Gellhorn, años después muy famosas, en esos momentos aún comenzaban a labrar-

se un nombre en el mundo de la comunicación. De igual manera hay que reconocer que, en ocasiones, la belleza de alguna de ellas y las relaciones sentimentales que mantuvieron con sus colegas llamó mucho más la atención de la opinión pública que sus trabajos periodísticos.

Ése fue el caso de lo sucedido en Etiopía en 1935, donde no dejaba de ser un hecho enormemente novedoso que, en un país de la África profunda, unas corresponsales tan especiales como Margarita T. de Herrero y Hazte –de 36 años y rara belleza, nacida en Francia, de madre inglesa y padre español–, contratada por el diario parisino *Le Journal*, y la española Dolores Pedrosa, hubiesen llegado a la capital, Addis Abeba, el mismo día que empezaba la guerra que enfrentaría a este país con los invasores italianos, provocando un importante revuelo entre los numerosos colegas allí destacados. Su consideración como verdaderas profesionales de la información no tardó en ser puesta en cuestión ya que, a raíz de los primeros ataques con gas contra la población civil por parte del bando italiano, ambas periodistas dejaron momentáneamente sus ocupaciones profesionales y se fueron al hospital a ayudar en la atención a las víctimas del conflicto como enfermeras, ocupación que para la sociedad de entonces parecía más pro-

pia que la de su verdadera profesión.

Lo que sucedió a continuación fue que el famoso corresponsal británico del diario *The Times*, G. Steer, acabaría enamorándose de la, en palabras de Rankin, “irresistiblemente atractiva” Margarita, 10 años mayor, y meses después, coincidiendo con la entrada de las tropas italianas en la capital etíope, en 1936, contrajesen matrimonio, verificando el dicho de que la guerra apresura las bodas, ocasión aprovechada por el *New York Times* para titular: *Boda de periodistas en Addis Abeba al son del fuego de fusiles*. Desgraciadamente, Margarita fallecería cuando daba a luz de forma prematura a su primer hijo (30/01/1937) y mientras su marido se encontraba en Bilbao cubriendo la Guerra Civil Española como corresponsal de su periódico, medio que, al dar a conocer la noticia, se refería a ella como “una periodista de gran talento y una mujer con aplomo y sin miedo”.

## **La Guerra Civil Española**

Se trata del primer conflicto armado que contó con una gran presencia femenina entre los profesionales de la información, seguramente porque se trataba de una situación muy atractiva para el mundo de la comunicación a escala mundial. De entre todas las que pasaron por España durante los casi tres

años que duró el conflicto, se pueden citar a B. Alving (*Bang*), periodista sueca que vino a España como corresponsal del *Dagens Nyheter*, o K. Bowler (*Kitty*), periodista estadounidense independiente de izquierdas. Esta última se acreditó como corresponsal del *Manchester Guardian* y tuvo una relación sentimental con T. Wintringham, veterano comunista británico que vino a España oficialmente como corresponsal del *Daily Worker* y acabó siendo comandante del batallón británico de las Brigadas Internacionales, relación que, por cierto, no fue nunca bien vista por los responsables del partido comunista, quienes acabaron acusándola, en enero del 37, de espía trotskista, por lo que fue interrogada durante tres días y tres noches por varias personas, investigación que se prolongó en el tiempo y por la que sería expulsada finalmente de España.

Más trascendencia mediática y profesional tendría la presencia de algunas corresponsales a las que este conflicto elevó a cotas de popularidad y conocimiento desconocidos hasta ese momento. La primera de ellas, V. Cowles, redactora que trabajaba para el sensacionalista grupo de prensa Hearst hasta que un día decidió que la Guerra Civil Española era su oportunidad. Cubrió el conflicto repartiendo el tiempo que estuvo en España entre los dos bandos. Con el paso del tiempo, el



Gellhorn nunca se consideró a sí misma como una corresponsal de guerra en sentido estricto y sostenía que no sabía nada de operaciones militares ni de lo que en realidad estaba pasando y que sólo en caso de ser testigo de algo extraordinario tendría tema para un artículo

libro en el que recoge sus experiencias –*Looking for Trouble*– se fue afianzando como una de las fuentes directas más citadas para la reconstrucción de la vida cotidiana en ambas zonas, lo que hizo que, detrás de las apariencias, brotase una auténtica corresponsal de guerra. A diferencia de Gellhorn, prefería la discusión, el análisis, el artículo redondo en el que se recogiesen todos los puntos de vista. Una nota de *The New York Times* (09/01/38) decía que Cowles había dejado España después de cinco meses de guerra, pero, en marzo del 38, regresaba enviada por el diario neoyorquino para cubrir los bombardeos

de Barcelona. El 10 de abril del 38, *The New York Times Magazine* publicaba el impecable reportaje en el que ponía de manifiesto todo su conocimiento sobre lo que estaba ocurriendo en España.

Pero, sin duda alguna, la que más fama alcanzaría de entre todas las mujeres corresponsales que acudieron a este conflicto sería M. Gellhorn, quien ya para conseguir llegar a España en mayo del 37 como enviada de la revista *Colliers* tuvo que sufrir múltiples penalidades, como lo demuestra el hecho de que para poder pagarse el viaje se vio obligada a aceptar la bien remunerada propuesta que le hizo la revista *Vogue* para escribir un reportaje sobre “los problemas de belleza en la mediana edad”. Tras su llegada a España se instaló en el hotel Florida, en plena plaza de Callao madrileña, donde se alojaban muchos de los corresponsales que habían llegado antes que ella, entre otros E. Hemingway, con lo que el establecimiento se animó mucho más de lo que lo estaba hasta entonces.

Su relación con el ya famoso escritor empañaría en parte su trabajo como periodista, con quien se dedicó a recorrer el frente y estar en muchas ocasiones más cerca de la batalla que ninguno de los otros corresponsales, lo que significaba someterse a riesgos de todo tipo. Como nota curiosa, señalar que, respecto a su presencia en el frente,

los jefes militares pidieron en una ocasión al mando de Madrid que no volviera por allí una rubia tan llamativa como aquella. En todo caso, después de la guerra se convertiría en la tercera mujer de Hemingway y en la coprotagonista, con otro nombre, de la obra teatral *La quinta columna*, la única de ese tipo que escribió dicho autor, en la que se recrea la vida del mítico hotel Florida, hervidero de periodistas y visitantes extranjeros, de voces y pasiones desatadas donde, según la opinión mayoritaria, podía encontrarse casi de todo menos información fidedigna.

Los que llegaron a conocerla bien reconocen que, aunque en su primera crónica mostraba extraordinarias dotes de periodista, Gellhorn nunca se consideró a sí misma como una corresponsal de guerra en sentido estricto y sostenía que no sabía nada de operaciones militares ni de lo que en realidad estaba pasando y que sólo en el caso de ser testigo de algo extraordinario tendría tema para escribir un artículo. Lo que sí es cierto es que supo captar lo que pasaba en aquella guerra y, a partir de ese momento, ya no dejaría de contarlas, de tal forma que, desde entonces, no hubo escenario bélico al que no acudiese. Estuvo en China a comienzos de los 40 y entró en el campo de Dachau con las tropas aliadas; cubrió tanto el conflicto árabe-israelí como el de Viet-

nam y, con 81 años, viajó a Panamá para ver lo que ocurría con las tropas estadounidenses durante la invasión de ese país. Respecto al conflicto bélico de Vietnam, consideraba que había sido “la última guerra de los enviados especiales” y que ella misma, en un determinado momento, llegó a ser considerada otro testigo incómodo, a causa de sus investigaciones sobre abusos y casos de corrupción dentro de las Fuerzas Armadas estadounidenses y survietnamitas, razón por la que acabaría siendo expulsada del país a mediados de los sesenta.

Especial significación presenta también la historia personal de G. Taro, nacida en Alemania en el seno de una familia judía de origen polaco como G. Pohorylle, en 1910. Siguiendo en líneas generales el artículo que a su figura dedicó A. Marín, cabe decir que su condición de judía le llevó a vincularse en su juventud en torno a movimientos de izquierda que ya, por entonces, combatían el ascenso del nazismo, de ahí que no extrañe que, tras el ascenso al poder de Hitler en 1933, decidiese trasladarse a París, donde sobrevivió haciendo trabajos muy diversos. Al año siguiente conoce a A. Friedman (más adelante, el famoso fotógrafo R. Capa), con quien establece no sólo una relación personal sino que comenzará también una fructífera colaboración profesional. En 1936, la pareja cambia



La figura de Gerda Taro, pareja sentimental y profesional de Robert Capa, es un ejemplo visible de cómo la historia de las mujeres se ha visto generalmente desdibujada y ocultada

sus apellidos originarios por los de Taro y Capa, respectivamente, desplazándose ambos a España para cubrir la guerra civil que acababa de comenzar.

Si bien, en un principio, compartió autoría de obra con Capa –en la empresa que habían formado (Capa&Taro)–, situación que se mantuvo durante los primeros meses de la guerra, luego comenzó a firmar ella sola, para caer más tarde en un cierto olvido. Sin embargo, a partir de 1937, aparece ya una nueva Taro que comienza a independizarse de manera progresiva de su compañero y maestro, de tal forma que realizan viajes y reportajes por se-

parado y el *copyright* de las fotografías va pasando de ser Capa a Capa&Taro, hasta llegar a firmar solamente como Taro. Su contrato con la publicación de orientación comunista francesa *Ce Soir*, acabará permitiéndole disfrutar de la autonomía que buscaba.

Sin embargo, la desgracia hizo que, cuando cubría la batalla de Brunete y mientras huía del avance de las tropas franquistas montada sobre el estribo de un coche que transportaba algunos soldados heridos, un ataque de la aviación hizo que un tanque republicano golpeará el automóvil haciéndola caer al suelo, provocando que las cadenas del carro de combate pasaran sobre la parte inferior de su cuerpo. Aún con vida, fue trasladada a un hospital en El Escorial donde falleció poniendo fin a una carrera como fotógrafa que había durado apenas un año y que se había centrado exclusivamente en ese conflicto, breve carrera marcada y en buena medida determinada de forma inevitable por la presencia a su lado de R. Capa, su pareja tanto en lo personal como en lo profesional.

Una vez finalizado el conflicto, su nombre e imágenes desaparecieron prácticamente de los ámbitos profesionales, y, lo que fue todavía más injusto, muchas de ellas le serían adjudicadas a quien había sido su compañero y depositario de sus bienes tras su muerte, el propio Ca-

pa. Hay que reconocer que si éste fue quien la inició en la fotografía, fue también él quien ensombreció su figura y su trabajo en los años posteriores a su muerte. En EE UU, adonde se trasladaría muy pronto Capa, el hecho de que fuera una mujer atractiva (en todas partes se resaltaba que era una “pequeña y hermosa mujer”) y las propias circunstancias de su muerte –descrita como la primera fotografía de guerra presente en primera línea de fuego y, probablemente, la primera en morir mientras realizaba su trabajo–, contribuyeron a centrar la atención más en estos aspectos que en su trabajo como fotógrafa.

Ese abandono casi total de la figura de Taro duraría hasta 1985, año en el que R. Whelan, biógrafo de Capa, sin llegar a restituir de manera decidida su figura, empezó a reconocer la autonomía de su trabajo. Como muy bien planteó la investigadora alemana L. Schaber, autora de la exhaustiva biografía titulada *Gerda Taro. Una fotógrafa revolucionaria en la guerra de España*, publicada en 1994, su figura es un ejemplo visible de cómo la historia de las mujeres se ha visto generalmente desdibujada y ocultada, hasta el punto de que los tres motivos fundamentales por los que Taro fue tomada en consideración –haber vivido y trabajado con un hombre famoso, ser atractiva y la tragedia de su muerte– eran elementos que no

hicieron sino dificultar el proceso de conseguir un enfoque más equilibrado de lo que simbolizó y representó su trabajo como reportera en la Guerra Civil Española.

Durante la II Guerra Mundial no fue muy habitual la presencia de mujeres en los frentes de batalla, ni frecuentes los ataques a los profesionales de los medios de comunicación, motivo por el que, cuando se aprueban los cuatro Convenios de Ginebra en 1949, en el tercero de ellos, relativo al trato debido a los prisioneros de guerra, se reproduzca la figura de 1899 y 1929, ahora con la denominación por vez primera en un texto jurídico de “corresponsales de guerra”, de tal manera que seguirían teniendo la consideración de prisionero de guerra cuando, acompañando a las fuerzas armadas con su autorización y tarjeta de identidad, cayesen en poder de la otra parte.

El problema es que toda la normativa citada hasta ahora se refería a conflictos armados internacionales, pero la mayoría de los que iban a venir en los años siguientes no tendrían esa consideración, al tratarse de conflictos internos, guerras civiles, de liberación nacional, de descolonización, etc.

## La Guerra de Vietnam

Durante este conflicto fueron bastantes las mujeres que pusieron



Muy llamativa fue la acerba crítica dirigida, durante la guerra en la ex Yugoslavia, por un conocido corresponsal de guerra español contra una de sus colegas, famosa periodista de TVE, basada fundamentalmente en su condición de mujer

muy alto el listón del trabajo de las corresponsales, papel que hasta entonces había estado reservado casi en exclusiva para los hombres, en mayor medida cuando fue la primera vez que los profesionales de la información dispusieron de libertad casi absoluta para desarrollar su trabajo. Ese fue el caso de G. Emerson, quien, tras haber cubierto con anterioridad otras crisis internacionales, permaneció en Indochina entre 1970 y 1972 como corresponsal de *The New York Times*. En su opinión, mientras que los hombres jóvenes que iban a Vietnam como corresponsales tenían que demostrar, debido a su edad, lo intrépidos y duros que

eran ante situaciones tan extremas, porque no eran mucho mayores que los reclutas, ella no tenía que demostrar nada, pues “yo sabía quién era: la mujer más valiente del mundo. Ésa era la mentira que me decía a mí misma”.

Otro caso muy llamativo fue el de J. Coburn, quien informó sobre las guerras de Vietnam y Camboya para el *Village Voice*, la Pacifica Radio y la revista *Far Eastern Economic Review*. Recuerda cómo a muchos de los periodistas que iban a Vietnam les daban visados de sólo 30 días, así que todos los meses tenían que irse a algún país cercano para renovarlo y, luego, regresar. En su caso, llegó a revisar su visa en Hong Kong unas 20 veces –llevaba la solicitud y retiraba el visado a los tres días–, lo que acabó convirtiéndose en una verdadera rutina. Es muy significativa la anécdota que cuenta relativa al gran interés que mostraban muchos periodistas para ocupar un lugar en los helicópteros norteamericanos que iban a Laos, ya que era muy difícil conseguir una plaza.

En una ocasión, tras haber estado esperando durante tres días, finalmente consiguió montarse en uno de ellos que iba completamente lleno, si bien, en el último minuto y justo antes de despegar, apareció el gran L. Burrows que preguntó si había sitio para uno más, a lo que el piloto respondió negativamente, lo que provocó que los

demás periodistas y fotógrafos se levantasen en bloque y le dijeran a ella que bajara del aparato. Aunque no le explicaron por qué, era obvio que tenía estrecha relación con su condición de mujer, pues, como ella mismo explica, “después de todo, yo era mujer y sólo escribía para el *Village Voice*, y el gran L. Burrows quería un lugar”. Ni que decir tiene que Coburn también consideraba a Burrows uno de los grandes, así que se bajó del helicóptero, el cual, tras volar a Laos, sufrió un accidente y se estrelló, a consecuencia del cual murieron todos sus ocupantes. Ese suceso fue tan impactante para ella que nunca pudo recordar qué personas más iban a bordo del aparato.

Una de las consecuencias que se derivaron de esa mayor presencia de mujeres corresponsales en Vietnam fue que, a partir de entonces y a pesar de los recelos que sin duda seguían provocando entre sus colegas varones, ya no extrañaría verlas en las guerras futuras jugando un papel protagonista en muchas de las ocasiones. En el ámbito del DIH, lo más trascendental iba a ser la aprobación de los dos Protocolos Adicionales a los Convenios de Ginebra (1977), sobre todo en el primero de ellos, pues por vez primera se va a recoger la figura de los periodistas que “realicen misiones peligrosas”, es decir, lo que se conoce como *freelance* o corresponsal

“por libre”. Lo que dice el artículo 79 de ese primer Protocolo es que tales profesionales que desarrollen su trabajo en zonas de conflicto armado serán considerados “personas civiles” y, por tanto, protegidos como tales, siempre que “se abstengan de todo acto que afecte a su estatuto de persona civil”. De esa manera, quedaban definidas las dos figuras del corresponsal que acude a un conflicto y la protección que el DIH otorga a los mismos, protección que, ya se puede decir, no serviría para evitar los ataques que iban a sufrir a partir de ese momento muchos de los profesionales de la información.

## Afganistán

Aun cuando, como se ha dicho, la presencia de mujeres en los conflictos se iba a ir “normalizando” a partir de ese momento, ello no impediría que se siguiesen produciendo descalificaciones de muchas de ellas por el mero hecho de ser mujeres y, con mayor intensidad, atractivas desde el punto de vista físico. Muy llamativa fue la acerba crítica dirigida, durante la guerra en la ex Yugoslavia, por un conocido corresponsal de guerra español contra una de sus colegas, famosa periodista de TVE, basada fundamentalmente en su condición de mujer, lo que pone de manifiesto que algunos comportamientos atávicos

de los hombres son muy difíciles de modificar. Además no hay que olvidar que, en muchos de los conflictos actuales, el hecho de ser mujer supone un riesgo añadido en el momento en que se convierten en víctimas de los mismos.

Algo de eso fue lo que ocurrió con ocasión de la muerte del enviado especial a Afganistán del diario *El Mundo* (19/11/2001), J. Fuentes, que tanta trascendencia tuvo en España. Cuando viajaba en compañía de otros periodistas en un convoy organizado por ellos mismos, sufrieron un ataque en el que fallecieron, además de Fuentes, otros tres colegas más –la italiana Maria G. Cutuli (*Corriere della Sera*), el cámara australiano H. Burton y el fotógrafo afgano A. Haidari, ambos de la agencia Reuters– y un traductor. Cuando años después se llegó a condenar a los culpables, se demostró que Cutuli, antes de ser asesinada, había sido violada por los asaltantes, lo que demuestra el plus de sufrimiento al que se ven sometidas las mujeres que trabajan en los conflictos armados.

Sumamente aleccionador resulta lo sucedido en Afganistán, en 2001, respecto a la difícil compatibilidad para la mujer de la profesión de corresponsal de guerra y la condición de madre. En ese sentido, Portugal rememora el episodio que protagonizó la corresponsal del diario inglés *Sunday Express* I. Ridley,

quien pasó 10 días detenida por los talibanes, caso que motivó un cierto debate sobre los deberes de la maternidad y las obligaciones profesionales en caso de conflicto armado. Luego de ser liberada, Ridley fue objeto de críticas por parte de algunos de sus colegas, mujeres y hombres, por haber dejado sola a su hija, pero, como dijo N. Walter, periodista de *The Independent* y compatriota de Ridley, ella no fue la única madre o padre que trabajó para los mcs que cubrieron el conflicto en Afganistán y que también hubiera sido bueno saber si la hija de Ridley la extrañaba cuando ella iba a trabajar. En todo caso, de lo que nadie hablaba era de averiguar cuántos periodistas hombres que trabajan en zonas de guerra dejan hijas e hijos en casa, y qué sienten ellas y ellos al respecto.

Especialmente trágica para el sector femenino de la profesión periodística en Afganistán iba a ser la semana que discurrió del día 31 de mayo al 6 de junio de 2007. En la primera de esas fechas era asesinada la periodista S. Sanga Hamaj (22 años), a consecuencia de los disparos que recibió cuando regresaba a su vivienda desde su trabajo en la televisión privada Shamshad, en la que trabajaba desde hacía un año, sin que la detención del supuesto asesino sirviese para aclarar los motivos del crimen. En la segunda de ellas fue Z. Zaki (35 años), propietaria

y directora de la única emisora de radio independiente afgana desde su creación en 2001, tras la caída de los talibanes (Radio Paz), cuyos programas estaban principalmente dedicados a divulgar los derechos humanos, la educación y la emancipación de las mujeres, quien falleció tras recibir siete disparos por parte de tres desconocidos que irrumpieron en el dormitorio de su casa en la localidad de Jabalsaraj, a 70 kilómetros al norte de Kabul, mientras dormía con su hijo de 20 meses. En un comunicado, Reporteros sin Fronteras (RsF) solicitaba que “tanto si este bárbaro acto está relacionado con el trabajo periodístico o con los compromisos cívicos de Zakia Zaki [era también directora de un colegio], es imperativo que se identifique y castigue a los autores del crimen”. Zaki había criticado en varias ocasiones a los talibanes y a los señores de la guerra y había recibido por ello amenazas de muerte.

## **La Guerra de Iraq : el secuestro de mujeres periodistas**

Tras el apagón informativo que se produjo después de la Guerra de Vietnam, hubo que esperar a la Segunda Guerra del Golfo (2003) para poder ver una verdadera avalancha de corresponsales cuyos medios deseaban contar al mundo lo que iba a suceder allí. Si en Indochina fue-

ron alrededor de 700 los periodistas que cubrieron el conflicto, ahora llegarían a los 3.500, contando tanto los que se desplazaron por su cuenta como los 600 que lo hicieron en el régimen de *embedded* –*en-camados*, integrados o *empotrados* en las unidades estadounidenses y británicas–, lo que permitió una cobertura bastante completa del mismo. A todo ello habría que sumar la incorporación, ciertamente novedosa, de las cadenas árabes de televisión, que acabaron con la exclusividad de los grandes medios occidentales.

Es así como se puede decir que nunca como hasta ese momento había habido tantos periodistas desplazados a una zona de conflicto, incluidas mujeres, las que, por cierto, al tratarse de un país musulmán, en su trabajo no dispusieron de ningún tipo de facilidades para poder desarrollarlo con arreglo a los patrones occidentales. Para una veterana corresponsal de *The Washington Post* que había permanecido en Iraq en tres períodos diferentes en 2006 –las dos primeras *por libre* y la última como *embedded* (*empotrada*)–, tratar de informar “sobre la gente real” con esta última modalidad era muy difícil, pues “no hay forma de comprobar el verdadero apoyo a la insurgencia”.

Precisamente, respecto a esa figura del *embedded*, hay que señalar la expresa declaración de que el sexo no supondría ningún impedi-



Uno de los fenómenos más novedosos de la Guerra de Iraq fue el del secuestro de periodistas, que se cebó de manera cruel con dos mujeres, la francesa F. Aubenas (43 años), enviada especial de *Libération*, y la italiana G. Sgrenna (56 años), corresponsal de *Il Manifesto*

mento para acompañar a las tropas, lo que no dejaba de plantear algún tipo de paradoja a alguna de las 60 mujeres *empotradas* –entre ellas, la española Mercedes Gallego (*El Correo Español*)–, al tener que viajar con unidades donde aún no estaba permitida la presencia femenina, como fue el caso de las de infantería. En el caso concreto de Gallego, su presencia allí sirvió no sólo para que pudiese contar su experiencia desde el punto de vista de las operaciones militares, muy limitada por los responsables de la unidad en que iba integrada, sino para denunciar el fuerte machismo existente en las Fuerzas Armadas

norteamericanas, tanto por su experiencia personal como por la de las escasas mujeres que integraban su unidad. Respecto a su valoración de la experiencia vivida, y sobre todo de su relación con los responsables militares, es concluyente: “Hacía mucho que sospechaba que el general nos utilizaba mediáticamente para construirse una imagen y lavar la de la operación”.

Esos debieron ser también los motivos por los que el Pentágono utilizó la figura como portavoz de la dinámica V. Clarke, la primera mujer que ocupaba ese cargo y que permitió la implantación de la modalidad del *embedded*, que se hizo un nombre tratando de pulir la imagen de los canales de televisión por cable y que fue también la figura que estaba detrás de la idea de diseñar un escenario que costó 250.000 dólares para las conferencias de prensa del general T. Franks en Qatar, cuartel general de la operación ‘Liberar a Iraq’. Por cierto, tras dos años en el cargo, a mediados de junio de 2003 Clarke abandonaba el mismo por razones personales, declarando que había sido “la mejor experiencia profesional” de su vida, ocasión aprovechada por Rumsfeld para alabar su labor empeñada en “desarrollar formas innovadoras de contar los acontecimientos militares al público”.

La ya citada Portugal destaca cómo fueron algunas cadenas de tele-

visión, como la RAI, TVE, Al Yazira y la NTV de Turquía, las que mantuvieron de manera permanente reporteras de guerra en Bagdad. Otros medios: periódicos y emisoras de radio de España (O. Rodríguez, corresponsal de la Cadena SER, permaneció durante toda la fase de guerra convencional alojada en el hotel Palestina), Grecia, Turquía y Bulgaria, por ejemplo, también contaban con mujeres en sus filas. Un caso excepcional fue la búlgara E. Joncheva, reportera de la televisión pública de su país con una larga experiencia al haber cubierto conflictos como los de Chechenia, Kosovo y Macedonia, quien se la estuvo jugando a diario al enviar información que pretendía servir de contrapeso con la línea oficial mantenida por su Gobierno respecto a la Guerra de Iraq.

La que no desaprovechó la coyuntura favorable que se abrió para las mujeres a finales del siglo XX fue la ya famosa Ch. Annanpour. Tras haber sido una de las reporteras estrella durante la Primera Guerra del Golfo y cubrir los conflictos de Bosnia y Somalia, en esta guerra se convirtió en la corresponsal jefa de Internacional de la CNN. Sin embargo, Sistiaga describe cómo, entre otras grandes figuras que llegaron al hotel Palestina con las tropas norteamericanas, lo hizo “una mujer valiente”, Ch. Annanpour, la gran estrella de la CNN, quien se había pasado todo el conflicto esta-

blecida en Kuwait y ese día entraba por fin en Bagdad cargada de un voluminoso equipaje. Lo realmente chocante para los allí presentes fue comprobar que quienes les llevaban las maletas eran varios marines con sus M-16 a la espalda, escena que, en su opinión, puede llegar a considerarse como “memorable” y que califica de “toda una alegoría de la falta de objetividad y profesionalidad de la prensa norteamericana” durante el conflicto.

En lo que al número de víctimas se refiere, el año 2005 se convertiría en una auténtica sangría para el periodismo árabe, al haber renunciado, en la práctica, los *mcs* occidentales a mantener corresponsales de manera permanente en dicho país debido a la situación de permanente violencia que se vivía en él. En el caso concreto de las mujeres, los primeros días de julio fallecía M. Ibrahim, redactora jefe del canal Bagdad TV, presumiblemente también por disparos norteamericanos. Según informaban las autoridades iraquíes, el 20 de septiembre era otra mujer, A. Yussef, ingeniera que trabajaba para la televisión estatal iraquí, la que fallecía en la ciudad de Mosul, al recibir varios disparos de pistola de un hombre cuando viajaba en su vehículo en compañía de su marido y los hijos de la pareja, quienes resultaron gravemente heridos y tuvieron que ser

trasladados, con posterioridad, a un hospital cercano.

Pero, sin duda, uno de los fenómenos más novedosos que se iban a vivir en este conflicto sería el del secuestro de periodistas, que se cebó de manera cruel con dos mujeres, la francesa F. Aubenas (43 años), enviada especial del diario *Libération*, y la italiana G. Sgrena (56 años), corresponsal del diario *Il Manifesto*, las cuales permanecieron un largo periodo de tiempo en manos de la insurgencia iraquí. Así, la primera de ellas desapareció en Bagdad el 5 de enero de 2005, en compañía de su guía iraquí, 20 días después de haber llegado al país, lo que provocó que el presidente francés, J. Chirac, declarase, dos días después, en una reunión con profesionales del periodismo, que “las autoridades francesas desaconsejamos formalmente el envío de periodistas a aquel país [Iraq]” porque “la seguridad de los corresponsales no puede garantizarse”. En su opinión, “si hubiese menos periodistas sobre el terreno, habría menos riesgo. No me parece razonable poner en peligro la vida de las personas” para conseguir información. Tras mostrar su inquietud por lo sucedido, Chirac declaraba: “Ustedes no saben la amplitud de esfuerzos que es obligado hacer” para encontrar a las víctimas de tomas de rehenes, operación que “tiene un coste global muy importante para la nación”.

La posibilidad del secuestro y la palabras de Chirac sirvieron para reabrir el debate sobre la presencia de periodistas en Iraq, cuestión ya muy discutida tras el secuestro de los periodistas franceses Malbrunot y Chesnot, los cuales, por cierto, compartían el punto de vista de Chirac: “Es demasiado arriesgado. Hoy, si vas a Bagdad, no puedes salir de la habitación de tu hotel. ¿Para eso vale la pena ir hasta allí? Me pregunto si hoy enviar periodistas no es hacer el juego de los secuestradores”. Por contra, A. de Gaudemar, redactor jefe de *Libération*, señalaba: “Que los políticos desaconsejen ir a Iraq forma parte de su trabajo, pero si les escuchásemos no habría ningún periodista en zonas de guerra y extensiones enteras del planeta se quedarían sin testigos y sin voz. Cubrir las guerras, enviar reporteros para que nos cuenten lo que ven es defender el papel de los medios de comunicación en democracia”.

El llamamiento presidencial a la prudencia fue recibido de manera diversa en las redacciones parisinas, comprometidas entre el deber de informar al público y el de proporcionar medidas de seguridad para sus periodistas. Así, algunas empresas que se disponían a enviar corresponsales para cubrir las próximas elecciones iraquíes se estaban cuestionando tal decisión y, mientras algunos contaban que cubrirían

Iraq desde Amman a la espera de tener más información, otros excluían enviar a Bagdad a cualquier persona. Muchos subrayaban que, en la situación que se vivía en la capital iraquí, los periodistas difícilmente podían abandonar su habitación del hotel sin correr serios peligros, pero otros, como A. Chabot, consideraban que “desertar totalmente de Iraq nos parece cuando menos extremadamente difícil. Es necesario reflexionar y ver lo que pasa”. Por su parte, RsF hacía un llamamiento a una “movilización inmediata” a favor de Aubenas y creía que, aun cuando reconocían que Iraq “es el [país] más peligroso del mundo para el oficio de periodista”—al menos 31 periodistas habían muerto ya y otros 11 secuestrados desde el principio del conflicto—, era “necesario que los medios extranjeros continúen cubriendo lo que sucede en aquel país”.

En un vídeo difundido el día 1 de marzo por la cadena italiana de TV Sky News, Aubenas, con un aspecto casi irreconocible, había solicitado de forma dramática ayuda para ser liberada, más en concreto a D. Julia, político conocido por sus contactos con antiguos responsables del partido Baaz iraquí y que había protagonizado una rocambolesca y fallida misión el pasado septiembre para liberar a Chesnot y Malbrunot, personaje a quien, por cierto, el primer ministro, J-P. Raf-

farin, dejaba claro que no debía intervenir, al excluir toda “diplomacia paralela” para conseguir la libertad de la periodista. Coincidiendo con la liberación de Sgrena, el día 4 de marzo, la madre de Aubenas, quien temía que su hija hubiese sido también secuestrada por las disputas políticas que rodeaban su proceso de liberación, rechazaba la posible intermediación de Julia, se declaraba “indignada” y reclamaba que su hija fuese liberada para “que no sea la rehén de guerras de clanes, de poder, de asuntos personales y secretos, de pequeñas guerras entre servicios”. Finalmente, sería puesta en libertad el 11 de junio, 157 días después de haber sido secuestrada.

Durante un debate televisivo, las periodistas M<sup>a</sup>-J. Ion, de la cadena de televisión rumana Prima TV, y F. Aubenas, ambas secuestradas en Iraq, al parecer incluso en la misma cueva, reflexionaban sobre los problemas que comportaba el ejercicio de la profesión periodística en los conflictos actuales. Así, mientras Ion señalaba que “tomar como rehén a un periodista se ha convertido en un arma. Es peligroso, el fenómeno se exporta”, Aubenas subrayaba: “Nosotros no estuvimos secuestrados por lo que escribíamos sino por lo que representamos, por el estatus social del periodista. Eso conduce a tener que reflexionar sobre nuestro oficio”.

F. Aubenas:

“Nosotros no estuvimos secuestrados por lo que escribíamos sino por lo que representamos, por el estatus social del periodista”

Por su parte, D. Mastrogiacomo lamentaba: “No es posible ir a las zonas en las que hay guerras civiles, lo que limita la libertad de prensa”, posición compartida por Aubenas para quien el problema no se plantea solamente en el extranjero: “La libertad de prensa es también una cuestión que debemos plantearnos en Francia, donde los periodistas nos enfrentamos a nuevas formas de intimidación”.

Peores consecuencias tendría el secuestro de G. Sgrena, llevado a cabo el día 4 de febrero de 2005 por un grupo de hombres armados que la obligaron a descender de su automóvil, cuando acababa de en-

trevisitar a varias personas en la mezquita de Al Kastl, acompañada de un traductor iraquí, en una zona universitaria de la ciudad. Éste, que no sufrió daño alguno, explicó: “Se la llevaron con ellos a punta de fusil”. El grupo Organización para la Yihad Islámica, a través de un mensaje aparecido en Internet, se atribuyó el secuestro y daba 72 horas al Gobierno italiano para retirar sus tropas de Iraq, advirtiendo: “No estaréis seguros mientras haya un solo soldado italiano en tierra iraquí”.

Sgrena tenía conocimientos de la lengua árabe y conocía bien Iraq, donde había estado cubriendo la invasión, en 2003, y por cuyos artículos el presidente de la República, C. A. Ciampi, la había condecorado con la Orden de los Caballeros del Trabajo. Anteriormente, había cubierto la Guerra de Afganistán y las matanzas en Argelia y, en los años ochenta, había sido fundadora del movimiento pacifista italiano. Quince días después del secuestro, convocada por su diario, se llevó a cabo una marcha en Roma a favor de la paz en Iraq y para pedir su liberación, a la que acudieron cientos de miles de personas, ocasión aprovechada por el alcalde de la ciudad, W. Veltroni (del partido Demócratas de Izquierda, en la oposición), que asistió a la manifestación para declarar: “Mis servicios me han indicado que la

participación llegó casi a las 500.000 personas. Los ciudadanos quieren la liberación de Giuliana”. Según los organizadores, la participación popular había superado todas las expectativas y el ministro de Asuntos Exteriores, G. Fini, telefoneó al director de *Il Manifesto* para garantizarle “el máximo empeño” de su Gobierno en la liberación de Sgrena.

A media tarde del día 4 de marzo, Al Yazira anunciaba, en una breve filmación en la que Sgrena, sentada ante una mesa con fruta y un ejemplar del Corán, agradecía a sus carceleros el “buen trato” que le habían dispensado, que el mes de cautiverio de la periodista había concluido, pero, poco tiempo después, se conocía que tropas de EE UU habían disparado sobre el vehículo en que viajaba Sgrena y tres agentes secretos italianos, provocando la muerte de uno de ellos, N. Calipari, y causado heridas a los otros tres ocupantes, entre ellos la propia periodista cuando se dirigían al aeropuerto de Bagdad para regresar a su país. Una vez conocida la noticia de la muerte de Calipari, quien había protegido con su cuerpo a Sgrena cuando empezaron los disparos, se decidió suspender la fiesta que tenía que haberse celebrado en el Coliseo de Roma para festejar la liberación. La profunda estupefacción que causó la noticia en toda Italia provocó que, en el ámbito diplomáti-

co, se enfriasen de repente las muy cordiales relaciones entre Roma y Washington, por lo que el embajador de EE UU en Italia fue convocado de urgencia por la Presidencia del Gobierno.

Para tratar de aclarar lo sucedido y desmentir la versión norteamericana de lo sucedido, Sgrena publica el día 6 de marzo en *Il Manifesto* el relato de su secuestro y la sangrienta liberación en Bagdad, titulado ‘Mi verdad’, aportando nuevos detalles a lo ya conocido, con una descripción de lo sucedido que, al igual que la del agente que sobrevivió al ataque, seguía sin encajar con las vagas explicaciones de Washington acerca de “un error de comunicación”. En el fondo, lo que cada vez parecía más claro era que las fuerzas de EE UU se habían opuesto al pago de un rescate por Sgrena –al final, fueron pagados entre 6 y 8 millones de euros–, por lo que los servicios secretos italianos se vieron obligados a actuar de forma autónoma. Como es bien sabido, la postura estadounidense era radicalmente contraria al pago de rescates, al considerar que el dinero así obtenido fomentaría nuevos secuestros y, en último extremo, ayudaría a nutrir las arcas del terrorismo. Si bien el Gobierno de Berlusconi había actuado por su cuenta, el de EE UU, como deferencia ante uno de sus aliados más fieles, se había



N. Walter reflexiona sobre el papel de las reporteras que estuvieron en Afganistán, destacando que se podría pensar que si no hubiera sido por las periodistas que estuvieron en ese frente, “la guerra es algo de lo que sólo los hombres pueden hablar porque únicamente les afecta a ellos”

comprometido a no entorpecer la operación.

En su opinión, antes del incidente y a pesar de las dificultades y restricciones de movimientos, era posible que los periodistas pudiesen trabajar en Iraq, pero a partir de entonces creía que eso ya no sería posible, considerando que “ese es el peor efecto de la guerra, romper la comunicación”. Los secuestradores le habían repetido de manera clara que no querían allí a nadie, ni militares, ni trabajadores, ni periodistas, por lo que opinaba que, en esas condiciones, “no se puede hacer nada”. Tras resaltar que no volvería a Iraq, añadía que espera-

ba que su liberación fuese un buen augurio para conseguir la de F. Auben, colega a quien conocía muy bien y que todavía seguía secuestrada.

La periodista estadounidense J. Carroll (28 años), enviada especial de *The Christian Science Monitor*, fue secuestrada el 7 de enero de 2006 en Bagdad por unos desconocidos cuando se dirigía a una cita con un líder suní. Tras asesinar al chófer, un cristiano iraquí que hacía también de intérprete, la forzaron a entrar en un automóvil y desaparecieron sin dejar rastro alguno. En los días siguientes, a través de vídeos emitidos por cadenas árabes, el primero por Al Yazira y los siguientes por la kuwaití Al Rai, los secuestradores amenazaban con asesinar a Carroll si, antes del 26 de febrero, EE UU no liberaba a todas las mujeres iraquíes encarceladas. Mientras, en Boston, los familiares de la periodista difundían un comunicado pidiendo clemencia a los secuestradores, la Casa Blanca no hacía ningún tipo de declaración, si bien reconocía que intentaba negociar su liberación.

Sumamente interesante puede resultar la reflexión que realiza N. Walter sobre el papel de las reporteras que estuvieron en Afganistán, destacando algo que a ella le parece muy importante. Al hojear los diarios de la época, se podría pensar que si no hubiera sido por las

periodistas que estuvieron en ese frente de guerra, “la guerra es algo de lo que sólo los hombres pueden hablar porque únicamente les afecta a ellos”. Ello le sirve para preguntarse si las periodistas tienen una mirada diferente de la guerra, a lo que se responde que “no voy a sostener que las periodistas mujeres siempre aportarán un particular punto de vista femenino a sus informes. Esto sería una estupidez. A algunas que cubren guerras les gusta más reportear sobre movimientos de tropas que de los refugiados, así como algunas comentaristas mujeres prefieren el lenguaje del halcón y no el de la paloma”. Walter cree que muchos hombres periodistas privilegian la información basada en la óptica de los civiles, blancos inocentes de las guerras, o se refieren a las consecuencias de las maniobras militares sobre la población, pero si, como ella opina, el periodismo de guerra ha cambiado durante la última generación hasta el punto en que ahora incluye, más que nunca, las experiencias de civiles, de refugiados y de gente común afectada por la acción militar, no le parece una coincidencia que “este cambio haya ocurrido exactamente en el momento en que más mujeres toman parte en la producción de información” en conflictos armados.

Otros sucesos de importancia que tienen a mujeres periodistas co-

mo protagonistas deben ser de cita obligada en un trabajo como éste. Ése es el caso de la rusa A. Poltkovskaya, reportera del periódico independiente *Novaya Gazeta* de Moscú, un caso muy especial en el mundo de las mujeres corresponsales ya que la decisión de ir a cubrir la guerra de Chechenia le serviría para recibir numerosas amenazas de muerte, tanto por parte del Gobierno ruso como de los rebeldes chechenos. Años después, a causa de la crítica permanente que hacía al aparato oficial del Gobierno ruso, sería asesinada a las puertas de su casa de Moscú, convirtiéndose a partir de entonces en una de las figuras más representativas del mundo periodístico y en un verdadero mito de la libertad de expresión a escala mundial.

Incidentes más recientes que han tenido a mujeres como protagonista son los que se citan a continuación:

— El 24 de julio de 2006, moriría a consecuencia de un bombardeo israelí en la ciudad libanesa de Tiro la fotógrafa de esa nacionalidad L. Nagib, de 24 años, quien trabajaba como *freelance* para diversos *mcs*, tanto de su país como internacionales, con lo que se convertía en la primera periodista muerta en ese conflicto.

— El 18 de junio de 2007, una periodista perteneciente a la Radio-Televisión Nacional Congolese

(RTNC), A-Marie Kalanga, resultaba gravemente herida tras ser atacada por unos desconocidos, ocasión aprovechada por el Observatorio de los Medios Congolese (OMEC) para condenar el atentado.

— Especialmente dramática fue la situación vivida por la periodista francesa C. Henry y el cámara C. Simon, detenidos el 24 de diciembre de 2007 en la ciudad de Galle (Sri Lanka), cuando realizaban un reportaje para France 24 sobre la vida de una familia tamil, y que serían liberados dos días más tarde.

El hecho de que se haya incrementado de manera notable la presencia de mujeres periodistas en los conflictos armados ha supuesto que, de igual manera, comiencen a aumentar las cifras de fallecidas a causa de los mismos, porcentaje que la organización RsF fija en el 6% del total de víctimas.

## Epílogo

Para finalizar este trabajo, nada más oportuno que recoger aspectos de la charla que mantuvieron en Segovia O. Rodríguez y otras dos colegas –J. di Giovanni, que trabaja para *The Times*, entre otros medios, y G. Higuera, de *El País*– sobre el papel de las mujeres reporteras de guerra. Las tres coincidieron en señalar que, además de las situaciones difíciles a las que tiene que enfrentarse cualquier periodista en una guerra, ellas

se encuentran a veces con problemas añadidos, algunos de los cuales son logísticos, pues aún no hay chalecos antibalas para mujeres, todos les quedan grandes y no se ajustan a sus formas corporales; es decir, no son útiles para ellas, por lo que algunas reporteras estadounidenses habían logrado ya que sus empresas encargasen chalecos antibalas a su medida. Otros problemas eran de orden social y emanaban de las estructuras patriarcales que predominan no sólo en los lugares donde ocurren las guerras, sino también en sus propios países. En ese sentido, comentaban Di Giovanni e Higuera que cuando un periodista va a una guerra es visto como un valiente y un profesional, mientras que “cuando una periodista va a una guerra todavía es vista como una inconsciente” incluso por algunos de sus compañeros.

Rodríguez recordaba cómo, en marzo de 2003, cuando llevaba casi dos meses en Iraq y cuando era evidente que faltaban sólo horas para que Bagdad fuese bombardeada, un alto funcionario del Ministerio de Información iraquí la llamó a su despacho para decirle: “La guerra está a punto de empezar así que ha llegado el momento de que vayas al lugar donde debes estar: en tu casa, con tu mamá”. El mismo tipo dirigía frases similares a otras colegas, sobre todo a las que, como ella, eran mujeres jóvenes.

También por esos mismos días, en Bagdad, un par de periodistas “occidentales” se dedicaron a “aconsejar” a varias compañeras que se fueran de Iraq “porque lo que va a llegar será muy duro, poco apropiado para vosotras”. Semanas después, uno de esos reporteros fue presa de un ataque de pánico que le obligó a permanecer en el hotel durante varios días.

En cualquier caso, considera que es muy difícil librarse de comentarios estúpidos y actitudes machistas, situación que se agrava durante una guerra pues los ánimos se exageran, se exageran los comportamientos y se acentúan los vicios sociales. Aun cuando considera que se trata de una visión absurda, reconoce que en un conflicto armado (y también fuera de él) las mujeres suelen ser percibidas como seres más débiles y por lo tanto más inofensivos, encasillamiento que en determinadas situaciones puede acabar por facilitarle su trabajo, ya que, si te ven más débil y más inofensiva, los bandos involucrados en el conflicto bélico controlan menos tus movimientos, no te ven como una amenaza y colocan menos obstáculos a la realización de tu trabajo periodístico.

De igual manera, cree que existe otra ventaja de la que gozan las mujeres reporteras y que, a su juicio, debe ser aprovechada, como es la mayor facilidad de acceso a las

mujeres víctimas de las guerras. Recuerda que, en algunos países, las mujeres no conceden entrevistas a hombres si no permanecen acompañadas en todo momento por un hombre de la familia, condición que en realidad no imponen ellas, sino los hombres que las rodean, de tal forma que es más que probable que no se atrevan a hablar de ciertas cuestiones, como su vida sexual, los abusos sexuales, la violencia de género, etc., asuntos todos ellos fundamentales para poder describir, contar y denunciar las consecuencias de los conflictos armados, asuntos en los que siempre deberían indagar las mujeres, al te-

ner más posibilidades de que cuenten todos sus problemas.

Rodríguez confía en que las actuales desventajas que sufren las mujeres corresponsales de guerra se vayan disipando a medida que las sociedades se puedan desprender del “machismo y la estructura patriarcal”. En ese sentido, cada vez que se pone a pensar en qué es esto de ser mujer periodista que acude a conflictos armados termina acordándose de una frase que leyó en el libro *War Torn*, donde una corresponsal estadounidense de la guerra de Vietnam dice: “No sé qué es ser mujer corresponsal en una guerra, porque nunca antes he sido hombre”. ❖

---

— *Corresponsales en la guerra de España (1936-1939)*, catálogo de la exposición realizada en el Instituto Cervantes de Madrid en 2006.

— PRESTON, PAUL, *Amenazados, ametrallados e inspirados: Los corresponsales extranjeros en la guerra civil española*.

— MARTÍNEZ DE PISÓN, IGNACIO, *Un ejército de poetas*.

— GARCÍA SANTA CECILIA, CARLOS, *Corresponsal en España*.

— G. APPY, CHRISTIAN, *La guerra de Vietnam: Una historia oral*, Edit. Crítica, Barcelona, 2008.

— GALLEGO, MERCEDES, *Más allá de la batalla. Una corresponsal de guerra en Iraq*. Edit. Temas de Hoy, Madrid, 2007.

— JAR COUSELO, GONZALO, *La protección de*

*los periodistas en caso de conflicto armado*, Edit. Tirant lo Blanch-Cruz Roja Española, Valencia, 2007.

— MARÍN, A, *Las imágenes heridas de Gerda Taro*. *El País*: 27/10/2007.

— PORTUGAL, ANA MARÍA, *Mujeres que informan sobre la guerra*, 2003.

— PRESTON, PAUL, *Idealistas bajo las balas*, Edit. Debate, Barcelona, 2007.

— RANKIN, NICHOLAS, *Crónicas desde Guernica: George Steer, corresponsal de guerra*, Edit. Siglo XXI, Madrid, 2005.

— RODRÍGUEZ, OLGA, extracto de su intervención en el Hay Festival celebrado en Segovia en octubre de 2007.

— SISTIAGA, JON, *Ninguna guerra se parece a otra*, Edit. Plaza&Janés, Barcelona, 2004.

# Frente al acoso mediático, medidas cautelares

Fernando Garrido Polonio, socio director del despacho Garrido Abogados, encargado del caso, escribe sobre la demanda de medidas cautelares solicitada por Telma Ortiz y Enrique Martín, denegadas por el Juzgado de Primera Instancia nº 3 de Toledo. Una decisión ratificada en Segunda Instancia, posteriormente a este escrito. Lo hace para manifestar su desacuerdo con las tesis mantenidas al respecto en esta misma revista por el profesor Teodoro G. Ballesteros, colaborador habitual de *Cuadernos* en asuntos jurídicos.

## FERNANDO GARRIDO POLONIO

**C**uadernos de Periodistas, en su número 14, publicó un artículo firmado por don Teodoro González Ballesteros, en el que se realiza un extenso análisis acerca del panorama actual de la regulación y aplicación de la LO 1/82, de 5 de mayo, sobre el derecho al honor, la intimidad y la propia imagen, refiriéndose de manera expresa al caso de la demanda de medidas cautelares solicitada por doña

Telma Ortiz Rocasolano y don Enrique Martín Llop.

Pues bien, como letrado director de esa *litis* y partiendo del evidente relieve que tal asunto ha alcanzado en los medios de comunicación, cosa no de extrañar si tenemos en cuenta que un importante número de ellos son parte en dicho proceso y, por tanto, tienen interés directo en el pleito, quisiera iniciar esta exposición destacando una importan-

**Fernando Garrido Polonio** es abogado y socio director del despacho Garrido Abogados.

te coincidencia con el profesor González Ballesteros, cual es su apreciación de que nos encontramos en el más absoluto páramo normativo sobre el desarrollo del art. 20 de la CE, y aún más, con la desfasada regulación que de los derechos en discusión se contiene en la Ley O 1/82, de 5 de mayo.

Intentos ha habido relativos a la reforma y/o desarrollo de la Ley a fin de adecuarla al momento actual, pero mucho me temo que el asunto va para largo. Hasta tanto aquello no ocurra, nuestros Tribunales, Supremo y Constitucional, no tienen más remedio que suplir tal carencia con el ejercicio de su necesaria función interpretativa.

Al inicio de su análisis, el profesor González se extraña de que la petición de medidas cautelares se instara “sin que previamente se haya planteado asunto judicial o prejudicial alguno referente a lesión de bienes jurídicamente protegidos propios de las personas reclamantes que justifiquen tal petición”; afirmación con la que, en ningún caso, podemos estar de acuerdo. El planteamiento previo es precisamente la propia medida cautelar, y desde luego, no cabe plantear una prejudicialidad que no

existe, al menos en los términos de los arts. 40 a 43 de la LEC, pues no hay ningún otro proceso pendiente cuyo objeto de litigio sea el mismo.

Respecto a la consideración sobre si doña Telma y don Enrique son o no personajes públicos, lo primero

que hemos de destacar es que actualmente existe un desconcierto conceptual, muchas veces interesado, que tanto el Tribunal Supremo como el Constitucional intentan aclarar. En tal sentido, el Tribunal Constitucional nos señala cuatro tipos, que no coinciden con la división por grupos que plantea don Teodoro González. A saber:

a) Personaje público, que es quien tiene atribuida la administración del poder público o que ejerce funciones públicas (SSTC 20/2002, de 28 de enero y 132/1995, de 11 de septiembre, entre otras).

b) Personaje de notoriedad pública, que incluye a quienes alcanzan cierta publicidad por la actividad profesional que desarrollan o por difundir habitualmente hechos o acontecimientos de su vida privada y cuentan con una frecuente presencia en los medios de comunicación (STS 99/2002, de 6 de mayo; STC 83/2002, y más).

Nuestro ordenamiento jurídico positivo no reconoce al *personaje público* como criterio que legitime la injerencia en el derecho a la intimidad, al honor o a la propia imagen

c) Persona de proyección pública, que es una consecuencia de la notoriedad pública en razón de su actividad profesional (STS, de 24 de abril de 2000).

d) Personajes privados, que son aquellos que no participan voluntariamente en la controversia pública y que, por tanto, son ajenos a la misma (SSTS 608/2004, de 17 de junio; 862/2004, de 19 de junio; SSTC 81/1987, de 26 de marzo; 165/1987, de 27 de octubre; 20/1992, de 14 de febrero), aunque involuntariamente adquieran un protagonismo circunstancial al verse implicadas en hechos de relevancia pública o interés general (STS 608/2004, de 17 de junio, ya citada; SSTC 20/1992, de 14 de febrero; 154/1999, de 14 septiembre; 76/2002, de 8 abril; 121/2002, de 20 de mayo; 14/2003, de 28 de enero).

No obstante, no podemos olvidar que nuestro ordenamiento jurídico positivo no reconoce al *personaje público* o *figura pública* como criterio que legitime la injerencia en el derecho a la intimidad, al honor o a la propia imagen de una persona, y sólo justifica la injerencia en razones de *interés público*.

Aplicando estos criterios, desde nuestro punto de vista no cabe ninguna duda de que, por un lado, doña Telma y don Enrique son personas privadas y, por otro, que el mensaje que de ellos se traslada no tiene ningún interés público pues nu-

la trascendencia tiene que doña Telma vaya a la peluquería, pasee en moto por Madrid o salga con un barreño a la terraza o que don Enrique compre en una farmacia. Y, desde luego, no es comprensible lo que don Teodoro González expresa en su artículo en el sentido de que “en ocasiones la relevancia del mensaje radica en causas tan simples como la importancia que tenga para el medio, o el espacio o tiempo que pueda dedicarle”, pues ello significaría dejar en manos de los medios de comunicación, o lo que es lo mismo, del morbo de la gente que consume programación amarilla, la determinación de quién es y quién no personaje público.

Con relación a la jurisprudencia americana que se cita, no tiene traducción al sistema español; baste señalar que la Corte norteamericana, a diferencia de nuestro Tribunal Constitucional, ha desarrollado más de una especie de *figura pública*, dotando de contenidos diversos a la misma terminología. Así, la Corte hace una triple distinción que no encaja en nuestro sistema:

— Figuras públicas “a todo evento”.

— Figuras públicas “sólo para un limitado grupo de asuntos”.

— Figuras públicas involuntarias, que han sido “arrastradas a una específica controversia pública”.

Es más: para el sistema americano, las personas privadas merecen más reparación por los daños infligi-

dos a ellos que a un funcionario o figura pública. A efectos ilustrativos, me remito al caso *Gertz v. Robert Welch, Inc.* 1974, de donde dimana tal doctrina.

Ciertamente, el objeto de debate no es sencillo ni pacífico y cuando entran en conflicto derechos fundamentales, como es el caso, debe hacerse un juicio ponderado y proporcional entre los intereses en juego, pero lo que no cabe afirmar es lo que sostiene el profesor González en el sentido de que “el planteamiento general asumido actualmente por la jurisprudencia reside en determinar que en un sistema de convivencia democrática, el derecho más importante es el de participación del ciudadano en los asuntos públicos”; primero, porque la jurisprudencia jamás ha establecido una jerarquía de derechos y mucho menos que el art. 23 de la CE tenga prevalencia sobre cualquier otro; y segundo, porque habrá que estar al caso concreto.

Por otra parte, en cuanto a las consideraciones que específicamente se hacen respecto de la demanda de medidas cautelares, permítaseme hacer unas leves puntualizaciones:

No es cierto que el caso Carolina

de Mónaco haya servido de guía a nuestra solicitud de medidas, como equivocadamente mantiene don Teodoro González. Sí lo es que la Sentencia del TEDH, de 24 de junio de 2004, sea una de nuestras referencias, pero en tanto que se muestra coinci-

dente con la doctrina sentada por el Tribunal Constitucional español, y expresamente señalamos la STC 83/2002. Es más, en nuestra demanda sostenemos que las Sentencias de la Corte Europea sólo tienen validez entre las partes, aunque irradian una fuerza de autoridad persuasiva que puede ser alegada en cualquier tribunal doméstico.

Tampoco es cierto que la petición de medidas cautelares requiera la existencia previa de un procedimiento ni lo es que tal proceso no esté previsto claramente en la legislación específica. En cuanto a lo pri-

mero, el art. 730.2 de la LEC establece con meridiana claridad tal posibilidad y, de hecho, son incontables las peticiones que se formulan diariamente al amparo de tal prescripción. En cuanto a lo segundo, la legislación específica, es decir, la Ley 1/82, establece en su artículo noveno, apartado dos:

No es cierto que el caso Carolina de Mónaco haya servido de guía a nuestra solicitud de medidas

“La tutela judicial comprenderá la adopción de todas las medidas necesarias para poner fin a la intromisión ilegítima de que se trate y restablecer al perjudicado en el pleno disfrute de sus derechos, así como para prevenir o impedir intromisiones ulteriores. Entre dichas medidas podrán incluirse las cautelares encaminadas al cese inmediato de la intromisión ilegítima, así como el reconocimiento del derecho a replicar, la difusión de la sentencia y la condena a indemnizar los perjuicios causados”.

Tampoco estamos de acuerdo con la afirmación que hace el profesor González sobre la necesidad de concretar la existencia cierta de un daño moral y/o patrimonial; al contrario, el proceso de medidas cautelares no precisa una prueba rigurosa, pues ello es materia reservada al proceso principal, sino que basta una prueba *prima facie*, es decir, indiciaria, de que estamos en presencia de una apariencia de buen derecho.

En cuanto a las consideraciones que hace el profesor respecto a la excepción que se contiene en nuestra petición sobre imágenes captadas en ceremonias oficiales o actos de carácter protocolario, dicha salvedad obedece a nuestro intento de salvaguardar el derecho a la información, pues si no hubiéramos excepcionado tales actos hubiera resultado una petición cautelar desproporcionada, ya que nada ni nadie puede impedir que cualquier perso-

na, entendiéndose mayor de edad y en plenitud de sus derechos, sea fotografiado en actos de tal especie.

Tampoco queremos pasar por alto un par de afirmaciones que hace el profesor González y que más bien parecen una gracia coloquial. Dice que exigir que no se difundan imágenes de los demandantes, salvo que medie su consentimiento, es un privilegio. No, profesor, no es un privilegio, es un derecho constitucional que sólo puede ser limitado cuando en dichas imágenes predomine un interés histórico, científico o cultural relevante, y yo le invito a que me señale una sola imagen emitida o publicada de don Enrique o doña Telma donde se aprecie, aunque fuera de lejos, tal interés.

Finalmente, a don Teodoro González le parece una “enternecedora narración de sentimiento juvenil” que los demandantes quieran ser una pareja de jóvenes normales y trabajar como jóvenes normales. Y ése es precisamente el problema: que para muchos, la normalidad no pasa de ser algo enternecedor.

Por último, a pie de artículo la editora hace la salvedad de que el texto se escribió antes de conocerse el auto judicial y que en él, la juez argumenta su negativa a las medidas en que no cabe ese procedimiento. Pues bien, ello tampoco es correcto. La juez argumenta que no caben las medidas (que nada tiene que ver con que quepa o no el procedimiento) porque en-

tiende que los demandantes son personajes de proyección pública, cosa que nosotros negamos y que, en definitiva, supone el objeto de discusión.

En conclusión, las medidas cautelares no se han interpuesto frente a la libertad de expresión. La tutela de un derecho fundamental no se insta frente a nada ni nadie sino a favor de la dignidad del ser humano, de su derecho personalísimo a garantizar un ámbito reservado de su vida frente a la acción y el conocimien-

to de los demás. En palabras del Tribunal Constitucional (STC 117/1994, de 25 de abril), “el derecho a la propia imagen forma parte de los derechos de la personalidad y como tal garantiza el ámbito de libertad de una persona respecto de sus atributos más característicos, propios e inmediatos como son la imagen física, la voz o el nombre, cualidades definitorias del ser propio y atribuidas como posesión inherente e irreductible a toda persona”. ❖

---

A fecha de hoy, la Audiencia Provincial de Toledo ha resuelto el recurso desestimando la petición de medidas cautelares, pero modificando el criterio de la Primera Instancia al expresar “las dudas que abriga la Sala acerca de si la Sra. Ortiz Rocasolano es o no una persona con proyección pública”, concluyendo en el Fundamento Tercero de la Resolución que la Sala “no puede afirmar ni negar, del modo tan tajante a como se recoge en el Auto recurrido, si en este caso se da o no la condición de persona con proyección pública puesto que ni por la jurisprudencia, contradictoria como hemos visto en algunos aspectos, ni por el contenido de la actividad de D<sup>a</sup> Telma Ortiz, cabe sostener una posición clara”. De tal manera que la Audiencia desestima el recurso no porque el plan-

teamiento de la demanda no sea correcto o porque entienda que D<sup>a</sup> Telma y D. Enrique (de quien se olvida la Audiencia) sean personajes públicos (antes al contrario, la Audiencia plantea sus propias dudas al respecto), o porque la petición constituya censura previa (cosa que expresamente niega la propia Audiencia), sino porque entiende que no existe “apariencia de buen derecho”.

Quizás nuestros tribunales, añado hoy, aún no están preparados para dar respuesta a este tipo de planteamientos o, como dice el profesor Macías Castillo (ver *La Ley*, de 26 de febrero de 2009, n<sup>o</sup> 7123, pág. 4), “es una medida posible pero infrecuente, todavía, en nuestro ordenamiento jurídico, y pocas veces se había planteado de un modo tan contundente”. ❖

# El periodismo bajo la Ley Orgánica de Protección de Carácter Personal

Ante el desconocimiento y/o desinterés de los profesionales del periodismo, la Ley Orgánica de Protección de Datos de Carácter Personal y el reglamento que la desarrolla han conformado un marco jurídico que limita tanto y en todos los ámbitos y necesidades de los periodistas, incluyendo su posibilidad de disponer de una buena agenda y de archivos profesionales, que, en realidad, se impide el ejercicio normalizado del periodismo. Cumplir esta Ley Orgánica imposibilita ejercer el periodismo con diligencia y profesionalidad.

## PEPE RODRÍGUEZ

**E**l ejercicio del periodismo está sometido a un amplio, diverso y abundante marco legislativo que, sin ser específico, controla y limita la práctica profesional, y la hace susceptible de sanción –administrativa y/o judicial– en caso de vulnerar algún precepto le-

gal entre las decenas que, de una manera u otra, la afectan.

Sin pretender ser exhaustivo, más de una docena de leyes pueden amargarle mucho la vida a cualquier periodista<sup>1</sup> y ello, aunque discutible en muchos ámbitos, es bueno y necesario para garantizar los derechos

**Pepe Rodríguez** es doctor en Psicología y profesor de Periodismo de Investigación en la Facultad de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona.

de quienes son objeto –a veces víctimas– del proceso y del hecho noticioso.

El Tribunal Constitucional, con su doctrina, ya marcó hace años un estilo de vara de medir la profesión basado, entre otras cuestiones, en reputar como lícitas las informaciones que tengan relevancia e interés público, que sean veraces y obtenidas con diligencia suficiente, haciendo prevalecer el derecho constitucional a la información sobre otros derechos constitucionales cuando se produce colisión entre ellos.

A pesar de que la práctica periodística se realiza en medio de un campo minado, de infinito más riesgo del que la mayoría de los profesionales parecen suponer, entre los periodistas no hubo ni hay excesivo interés por conocer el armazón de las decenas de torretas artilladas desde donde puede dispararse al periodista con la ley en la mano y todas las ventajas en el bolsillo.

El desinterés tan generalizado que los periodistas han mostrado por la legislación que les afecta es un error gravísimo y de alto coste, que ha permitido, sin queja ni oposición por parte de un colectivo fundamental para el funcionamiento democrático, que el poder legislativo convirtiese el periodismo serio y responsable en un imposible a base de limitar e impedir legalmente, entre otros, el acceso a datos públicos, incluso absolutamente inocuos, que

toda democracia que aspire a ser creíble debe facilitar.

Lo que en democracias como la estadounidense es un derecho del periodista (y del ciudadano), aquí está estrictamente prohibido. Ciertamente que en España, en muchas ocasiones, se elige actuar con rigor profesional y se decide obtener y publicar datos que la legislación (aunque el periodista lo desconozca) no permite adquirir y, de momento, no diluvian las condenas; pero esa aparente bonanza no se debe tanto a que los buenos periodistas cumplan siempre la legislación como a que ésta no se les aplica. En el ajetreo diario que se produce dentro de ese campo minado ya citado, los artilleros hacen como que no ven al periodista, pero le pueden *disparar a matar* en cualquier momento. Los periodistas realizan su trabajo en medio de una indefensión que ningún otro colectivo aceptaría.

El frente de guerra se completa, por ahora, con una ley vigente desde el año 2000, pero que, de modo harto incomprensible, sigue ignorada por la inmensa mayoría de los profesionales y docentes del periodismo, y con el desarrollo reglamentario de esa ley, vigente desde 2008. Se trata de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal (en adelante LOPD), y del Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento de

desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal (en adelante RDLOPD).

Podría resumir su contenido afirmando que los 49 artículos de la Ley y los 158 del Reglamento, lisa y llanamente, impiden el ejercicio de la profesión periodística. No pueden realizarse las tareas propias del periodismo con diligencia y profesionalidad y, al mismo tiempo, cumplir esa Ley Orgánica. Veremos seguidamente algunas de las razones que justifican esta afirmación.

## **Una ley que estrangula la práctica profesional periodística**

La LOPD se legisla para que cumpla la importantísima función de “garantizar y proteger, en lo que concierne al tratamiento de los datos personales, las libertades públicas y los derechos fundamentales de las personas físicas, y especialmente de su honor e intimidad personal y familiar” (art. 1) y consagra con ello en el ordenamiento jurídico español el denominado derecho a la “autodeterminación informativa” o a la “libertad informática”, que ya ha sido abordado en muchas sentencias del Tribunal Constitucional al interpretar el artículo 18.4 de la Constitución Española.

Siguiendo las directivas legislativas europeas, la LOPD, en su desarrollo, incorporó las recomendaciones de

la Directiva 95/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de Europa, de 24 de octubre, relativa a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos, así como las de la Directiva 97/66/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de Europa sobre el tratamiento de datos personales y la protección de la intimidad en el sector de las comunicaciones.

Pero la LOPD, con esa gallardía tan propia de democracias que se creen obligadas a justificar ser tales a cada paso que dan, estableció un marco descomunadamente garantista del derecho a la protección de datos que, en algunos puntos, excede incluso la protección otorgada por la Directiva Comunitaria 95/46/CE que pretendió transponer, ya sea dictando más y mayores medidas restrictivas como evitando caer en la tentación de acordar exenciones posibilitadas por la directiva comunitaria.

Así, por ejemplo, en el artículo 9 de la Directiva 95/46/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de octubre, titulado “Tratamiento de datos personales y libertad de expresión”, se dispone que: “En lo referente al tratamiento de datos personales con fines exclusivamente periodísticos o de expresión artística o literaria, los Estados miembros establecerán, respecto de las disposiciones del presente capítulo, del capítulo IV y del capítulo VI, exenciones y excep-

ciones sólo en la medida en que resulten necesarias para conciliar el derecho a la intimidad con las normas que rigen la libertad de expresión”.

La misma Directiva, en su Considerando 37, establece que: “Para el tratamiento de datos personales con fines periodísticos o de expresión artística o literaria, en particular en el sector audiovisual, deben preverse excepciones o restricciones de determinadas disposiciones de la presente Directiva siempre que resulten necesarias para conciliar los derechos fundamentales de la persona con la libertad de expresión y, en particular, la libertad de recibir o comunicar informaciones, tal y como se garantiza en el artículo 10 del Convenio Europeo para la Protección de los Datos Humanos y de las Libertades Fundamentales”.

La LOPD, sin embargo, no consideró necesario recoger expresamente posibles exenciones o excepciones al régimen de tratamiento de datos personales que legisla en relación a la libertad de expresión o información, por lo que no sólo el ejercicio del periodismo quedó desprotegido frente al derecho de “autodeterminación informativa” de cualquier ciudadano y ante este marco normativo, sino que, para convertir la labor periodística en vía crucis, obliga a que cada dato personal usado por un periodista y cuestionado (con razón o sin ella) deberá pasar por las instancias judiciales oportu-

nas y sucesivas para que se ponderen los intereses en conflicto y se determine cual de ellos debe prevalecer. Esa “ponderación”, obviamente, exige un altísimo coste en dinero y tiempo que la inmensa mayoría de periodistas no pueden afrontar ni permitirse... y la LOPD les pone ante esta tesitura por cada dato personal usado y por casi cada trabajo publicado.

La Agencia Española de Protección de Datos (en adelante AEPD), en sus resoluciones sancionadoras, aplica la LOPD de forma textual en todos los ámbitos profesionales en los que ya ha ejercido su potestad inspectora y sancionadora; y las enormes multas impuestas a empresas y particulares son confirmadas muy a menudo en los recursos interpuestos ante la Audiencia Nacional o el Tribunal Supremo por una razón de peso: la LOPD es muy clara y prolija en sus normas que limitan o prohíben determinados usos, sensatos o insensatos, de datos personales, y apenas deja margen a la discusión o la interpretación.

Toda la actividad profesional de un periodista, desde lo que necesita para poder trabajar, pasando por lo que hace mientras trabaja y hasta lo que acaba por publicar, está sometido al imperio de la LOPD. Para el caso de cualquier periodista normal y corriente, y a la luz de esta ley, puede concluirse que su agenda de contactos incumple la legisla-

ción, así como sus archivos de datos –en cualquier formato, ya sean en papel o digitales–; la incumple también su ordenador de sobremesa y/o portátil, su móvil, su PDA... y todo eso sin haber comenzado a trabajar. En lo que publique podrá haber infracciones diversas a la LOPD, pero si mantiene una web o un *blog* que incluya datos personales de sujetos que considere de interés o usa los datos sobre personas que aparecen en webs o *blogs* de otros colegas, las infracciones son prácticamente seguras y muy severas. Lo apuntado en este párrafo puede conllevarle a cualquier periodista varias multas de hasta 601.012,10 euros.

## **Por sus definiciones la conoceréis**

La LOPD marca su ámbito con claridad al regular que: “La presente Ley Orgánica será de aplicación a los datos de carácter personal registrados en soporte físico, que los haga susceptibles de tratamiento, y a toda modalidad de uso posterior de estos datos por los sectores público y privado” (art. 2.1). Idéntico redactado se reproduce en el art. 2.1 del Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, Reglamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal (en adelante RDLOPD). No permite ninguna excepción aplicable al perio-

dismo y/o a cualquier otra actividad relacionada con el manejo profesional de información (art. 2.2 LOPD y art. 2.2 y 2.3 RDLOPD).

Para poder comprender el alcance de la LOPD deben conocerse, al menos, las definiciones operativas básicas en las que se sustenta, y que se concretan en su artículo 3, así como en el 5 del RDLOPD. Veamos:

— Datos de carácter personal: “Cualquier información concerniente a personas físicas identificadas o identificables” (LOPD 3a). “Cualquier información numérica, alfabética, gráfica, fotográfica, acústica o de cualquier otro tipo concerniente a personas físicas identificadas o identificables” (RDLOPD 5f).

— Fichero: a) Todo conjunto organizado de datos de carácter personal, cualquiera que fuere la forma o modalidad de su creación, almacenamiento, organización y acceso (LOPD 3b). b) Todo conjunto organizado de datos de carácter personal, que permita el acceso a los datos con arreglo a criterios determinados, cualquiera que fuere la forma o modalidad de su creación, almacenamiento, organización y acceso (RDLOPD 5k). c) Fichero no automatizado: todo conjunto de datos de carácter personal organizado de forma no automatizada y estructurado conforme a criterios específicos relativos a personas físicas, que permitan acceder sin esfuerzos desproporcionados a sus datos personales,

ya sea aquel centralizado, descentralizado o repartido de forma funcional o geográfica (RDLOPD 5n).

— Tratamiento de datos: a) Operaciones y procedimientos técnicos de carácter automatizado o no, que permitan la recogida, grabación, conservación, elaboración, modificación, bloqueo y cancelación, así como las cesiones de datos que resulten de comunicaciones, consultas, interconexiones y transferencias (LOPD 3c). b) Cualquier operación o procedimiento técnico, sea o no automatizado, que permita la recogida, grabación, conservación, elaboración, modificación, consulta, utilización, modificación, cancelación, bloqueo o supresión, así como las cesiones de datos que resulten de comunicaciones, consultas, interconexiones y transferencias. (RDLOPD 5t).

— Responsable del fichero o tratamiento: persona física o jurídica, de naturaleza pública o privada, u órgano administrativo, que decida sobre la finalidad, contenido y uso del tratamiento. (LOPD 3d).

— Afectado o interesado: persona física titular de los datos que sean objeto del tratamiento a que se refiere el apartado c) del presente artículo. (LOPD 3e).

— Cesión o comunicación de datos: toda revelación de datos realizada a una persona distinta del interesado (LOPD 3i).

— Fuentes accesibles al público: aquellos ficheros cuya consulta pue-

de ser realizada, por cualquier persona, no impedida por una norma limitativa o sin más exigencia que, en su caso, el abono de una contraprestación. Tienen la consideración de fuentes de acceso público, exclusivamente, el censo promocional, los repertorios telefónicos en los términos previstos por su normativa específica y las listas de personas pertenecientes a grupos de profesionales que contengan únicamente los datos de nombre, título, profesión, actividad, grado académico, dirección e indicación de su pertenencia al grupo. Asimismo, tienen el carácter de fuentes de acceso público los diarios y boletines oficiales y los medios de comunicación (LOPD 3j).

Aunque la Ley tiene mucha más enjundia y complicación, con lo dicho basta para poder trazarse un primer esquema adecuado para saber qué, cómo y a quién afecta.

De entrada, un periodista, siempre, por definición y por mandato constitucional, trata datos personales en cualquier instante del desempeño de su labor, y también lo hace cuando no la está ejerciendo activamente, por lo que la LOPD entra a regular cada instrumento y actividad de su vida profesional y, ante denuncia de cualquiera, es el marco de referencia para la inspección, control y sanción de las conductas no ajustadas a su normativa.

En relación a las personas, todo lo que trata un periodista, en cual-

quier formato, sin excepción, son “datos de carácter personal” y la mayoría de ellos, tal como veremos, son considerados de especial protección y/o de imposible tenencia y tratamiento. Todo lo que posee, obtiene, proyecta, recibe, envía, elabora, archiva... en cualquier formato, es decir, todo lo que compete a su profesión y posibilidades de ejercerla, es considerado un *fichero* —automatizado o no automatizado, pero fichero— que debe estar sometido a la LOPD, a sus normas y supervisión y a su función inspectora y sancionadora.

## **Por sus ficheros les controlaréis y sancionaréis**

Los periodistas no pueden ser tales ni ejercer su trabajo sin poseer y manejar entre algunas decenas y centenares de lo que profesionalmente denominan archivos y que la LOPD considera *ficheros* sujetos a “tratamiento” con “datos de carácter personal” propiedad de cientos o miles de “afectados” que, sin excepción, deben autorizar a cada periodista, de forma fehaciente, a obtenerlos, tenerlos y usarlos y deben tener derecho de acceso, rectificación y cancelación a todo cuanto les “afecte” y que esté contenido en algún fichero de algún periodista (LOPD, arts. 15 y 16).

La primera consecuencia es que todos y cada uno de los periodistas que trabajan en España están obli-

gados a notificar e inscribir todos sus ficheros en la AEPD. Entre esos ficheros se contemplan, de modo prioritario y fundamental, las agendas o directorios de contactos y los archivos de datos, ya sean personales o propios de cada medio de comunicación. Es discutible, y no entraremos aquí en ello, si algunos ficheros pueden inscribirse de modo específico y/o individualizado o de modo global (por actividad, segmento, tema, empresa, profesional, etc.); hay un estrecho margen de manobra, pero, en todo caso, deben registrarse obligatoriamente.

La LOPD permite que un periodista cree sus ficheros de contactos (agenda) y de datos “de carácter personal cuando resulte necesario para el logro de la actividad u objeto legítimos de la persona, empresa o entidad titular y se respeten las garantías que esta Ley establece para la protección de las personas” (LOPD, art. 25). Pero también obliga a notificar a la AEPD cualquier fichero previamente a su creación (art. 26.1). Dado que la inmensa mayoría, sino totalidad, de las agendas y archivos de profesionales y de empresas periodísticas ya están creados hace mucho y no están notificados, se incurre en una infracción “leve” [de 601,01 a 60.101,21 euros].

Sin embargo, cualquier periodista que corra a notificar sus ficheros a la AEPD deberá enfrentarse a pruebas heroicas, como el art. 55.2 del

RDLOPD: “Los ficheros de datos de carácter personal de titularidad privada serán notificados a la Agencia Española de Protección de Datos por la persona o entidad privada que pretenda crearlos, con carácter previo a su creación. La notificación deberá indicar la identificación del responsable del fichero, la identificación del fichero, sus finalidades y los usos previstos, el sistema de tratamiento empleado en su organización, el colectivo de personas sobre el que se obtienen los datos, el procedimiento y procedencia de los datos, las categorías de datos, el servicio o unidad de acceso, la indicación del nivel de medidas de seguridad básico, medio o alto exigible, y en su caso, la identificación del encargado del tratamiento en donde se encuentre ubicado el fichero y los destinatarios de cesiones y transferencias internacionales de datos”<sup>3</sup>.

Pongamos por caso que un periodista quiere notificar una agenda que contiene los datos de contacto de los obispos españoles y un archivo que contiene sus biografías. Pues bien, la Ley le exige concretar con rigor el uso finalista y exacto para el que podrá usar esos datos (incumpliendo la Ley si se desvía de lo declarado), la forma cómo los va a manejar (“tratar”), el colectivo humano sobre el que se obtendrá datos (que en un periodista, además de los obispos de este ejemplo, suele ser el conjunto de la sociedad), cómo y de

dónde sacará los datos, cómo los categorizará, dónde los tendrá y bajo qué medidas de seguridad, quién se hace responsable de ellos, a quién se los comunicará (“destinatarios de cesiones”)...

El periodista que intente aplicar esos requisitos a su propia agenda y archivos se dará inmediata cuenta de que no puede cumplir esta Ley... y mejor que no insista en notificar el tipo de ficheros de este ejemplo en concreto, ya que la LOPD los declara datos “especialmente protegidos” y prohíbe su tratamiento, salvo bajo “consentimiento expreso y por escrito del afectado [que en este caso sería cada obispo]” (art. 7.2). Tener un fichero con estos datos, sin consentimiento escrito, supone una infracción muy grave, sancionable hasta con 601.012,10 euros.

Un concepto fundamental de la LOPD es el de “calidad de los datos”, ya que es la clave para poder regular la adquisición, tenencia, uso, propiedad y cancelación de los datos personales.

Para la LOPD, “los datos de carácter personal sólo se podrán recoger (...) cuando sean adecuados, pertinentes y no excesivos en relación con el ámbito y las finalidades determinadas, explícitas y legítimas para las que se hayan obtenido” (art. 4.1; y arts. 8.2 y 8.4 RDLOPD).

Obviamente, será la AEPD quien, a instancia de denuncia de cualquier ciudadano, determinará si los “da-

tos de carácter personal” manejados por un periodista en alguno de sus ficheros profesionales son “adecuados, pertinentes y no excesivos”. ¿Adecuados, pertinentes, excesivos... para qué o quién y en función de qué? El periodista, por tanto, está sometido a una limitación y censura de datos muy indeterminada, pero fuertemente sancionable.

A más abundamiento, está prohibido recoger datos personales fuera de “finalidades determinadas, explícitas y legítimas para las que se hayan obtenido”. Finalidad determinada y explícita significa que queda proscrita la práctica fundamental en la profesión de recolectar teléfonos y datos por si acaso un día se necesitan; también parece declarar ilegal, por ejemplo, usar el teléfono o correo electrónico de un sindicalista para preguntarle por la situación general de la economía si ese dato de contacto fue obtenido para tratar con él la quiebra de la empresa A (finalidad determinada y explícita).

El artículo 8.3 del RDLOPD matiza algo lo anterior al decir que “los datos de carácter personal objeto de tratamiento no podrán usarse para finalidades incompatibles con aquellas para las que los datos hubieran sido recogidos”, cosa que, si así quisiera verla e interpretarla la AEPD, haría compatibles las dos llamadas telefónicas, para dos finalidades diferentes, al sindicalista del ejemplo citado... aunque podrían ser reputados como

“finalidad incompatible”, y sancionable, otros usos diferentes –habituales entre periodistas– de ese mismo número de teléfono y contacto.

Las exigencias de la LOPD no sólo limitan los datos personales que se pueden tener en los ficheros y cómo usarlos, también obliga a que sean “exactos y puestos al día” (art. 4.3). Así es que toda esa inevitable cantidad de datos personales inexactos y obsoletos, que tiene todo periodista en sus agendas y archivos, supone una infracción grave sancionable con entre 60.101,21 a 300.506,05 euros (art. 45).

Además de exactos, los datos personales de los ficheros deben cancelarse (eliminarse) cuando “hayan dejado de ser necesarios o pertinentes para la finalidad para la cual hubieran sido recabados o registrados” (art. 4.5). Para todo buen profesional, sin embargo, lo sensato y necesario para poder ejercer un buen periodismo es justo lo contrario, conservar esos datos como oro en paño, pero no le está permitido hacerlo, ya que esa posibilidad, aunque sea por motivos de seguridad o legales, no está contemplada entre las reservas reguladas en el artículo 8.6 del RDLOPD.

### **‘Datos especialmente protegidos’ y especialistas particularmente proscritos**

La LOPD entra a regular lo que en-

tiende por “datos especialmente protegidos”, ordenando que “sólo con el consentimiento expreso y por escrito del afectado podrán ser objeto de tratamiento los datos de carácter personal que revelen la ideología, afiliación sindical, religión y creencias” (art. 7.2).

En consecuencia, son ilegales y sancionables con multas máximas, un elevadísimo porcentaje de los datos personales atesorados, usados y archivados diariamente por todos los periodistas, ya que no ha sido, no es y no será práctica de la profesión exigirle a todos sus contactos y sujetos noticiables que les autoricen por escrito a que puedan figurar en sus ficheros profesionales como miembros de tal o cual sindicato, como políticos de éste o de aquel partido, como miembros de esa religión o de la contraria, o como obispos, párrocos, rabinos, imanes, exorcistas, videntes, ateos, agnósticos, ufólogos, vegetarianos, vegetalianos, macrobióticos, alcaldes, diputados, agentes de bolsa, curanderos, loteros, marianistas, mediopensionistas y cualesquiera otros creyentes en lo que más les plazca.

Ordena también la LOPD que “los datos de carácter personal que hagan referencia al origen racial, a la salud y a la vida sexual sólo podrán ser recabados, tratados y cedidos cuando, por razones de interés general, así lo disponga una ley o el afectado consienta expresamente”

(art. 7.3). Probablemente no abunden los periodistas que disponen de autorización escrita para poder manejar (“tratar”) datos sobre representantes de colectivos gitanos, musulmanes o de cualquier otro “origen racial”, ni de colectivos de afectados por cualquiera de las muchas enfermedades causa de asociacionismo, ni de colectivos de homosexuales, heterosexuales, bisexuales, “trisexuales”, célibes, castos, travestís, transexuales... Así es que quienes no posean el debido consentimiento de cada “afectado” incumplen la Ley, arriesgando multas inenarrables (salvo, claro, que este tipo de datos fuesen declarados de “interés general” para los periodistas).

Tajante y clara, la LOPD añade: “Quedan prohibidos los ficheros creados con la finalidad exclusiva de almacenar datos de carácter personal que revelen la ideología, afiliación sindical, religión, creencias, origen racial o étnico, o vida sexual” (art. 7.4).

No se aclara qué entiende la Ley por “finalidad exclusiva”, por lo que la AEPD podrá deducir lo que más le convenga a la hora de sancionar. ¿Finalidad exclusiva respecto a la singularidad del fichero, a su manejo, a su uso, a su intención? La exclusividad no hace más que agravar, si ello es posible, las sanciones, que ya son las máximas, por tener datos personales que ya han sido reputados como prohibidos.

En las agendas de contactos y archivos de trabajo de todos y cada uno de los periodistas hay decenas, centenares y hasta miles de datos personales “prohibidos” que son indispensables para poder ejercer con rigor la profesión. Pero, además, entre los ficheros de ese tipo que están obligados a manejar para ser eficaces, los profesionales especializados en determinados ámbitos, los hay creados bajo la “finalidad exclusiva” de contener ese tipo de datos y no otros, una situación que puede darse en buena parte de los periodistas especializados en política, sindicalismo, religión, esoterismo, antropología, inmigración, sexología y otros ámbitos, y a los que la LOPD aboca irremediablemente a sanciones de hasta 601.012,10 euros<sup>4</sup>.

También los periodistas especializados en tribunales, economía o sociedad están en el mismo caso, ya que la LOPD impone que “los datos de carácter personal relativos a la comisión de infracciones penales o administrativas sólo podrán ser incluidos en ficheros de las Administraciones públicas competentes en los supuestos previstos en las respectivas normas regulado-

ras” (art. 7.5). A lo que cabría añadir, entre otros muchos aspectos, que, en virtud del art. 3.j, las sentencias dictadas por tribunales no tienen la consideración de “fuentes de acceso público”, así como tampoco la información de los Registros Mercantiles “públicos”<sup>5</sup> y de otras

muchas fuentes “públicas” usadas habitualmente por los periodistas.

Ante este panorama, ¿es posible ejercer la profesión periodística con el deber de diligencia y de contraste que ordena la doctrina del Tribunal Constitucional?

Los periodistas precisan del “consentimiento informado” para los datos personales guardados en sus ficheros

La actual doctrina jurídica afirma que los datos personales sobre un sujeto sólo le pertenecen a él. Tal como razona el Tribunal Constitucional en sentencias sobre este

ámbito, “el contenido del derecho fundamental a la protección de datos consiste en un poder de disposición y de control sobre los datos personales que faculta a la persona para decidir cuáles de esos datos proporcionar a un tercero, sea el Estado o un particular, o cuáles puede



En las agendas de contactos y archivos de trabajo de todos y cada uno de los periodistas hay centenares y hasta miles de datos personales “prohibidos” que son indispensables

este tercero recabar, y que también permite al individuo saber quién posee esos datos personales y para qué, pudiendo oponerse a esa posesión o uso” (STC 292/2000, de 30 de noviembre de 2000, FJ 7). Las implicaciones que tiene esta doctrina para el ejercicio independiente y profesional del periodismo son demolidoras.

Así que, en otra vuelta de tuerca, la LOPD ordena que “los interesados a los que se soliciten datos personales deberán ser previamente informados de modo expreso, preciso e inequívoco” (art. 5.1) de todos los derechos que les concede la Ley como propietarios de esos datos. Y “cuando los datos de carácter personal no hayan sido recabados del interesado, éste deberá ser informado de forma expresa, precisa e inequívoca (...) dentro de los tres meses siguientes al momento del registro de los datos” (art. 5.4). “El tratamiento de los datos de carácter personal requerirá el consentimiento inequívoco del afectado, salvo que la ley disponga otra cosa” (art. 6.1)<sup>6</sup>.

En este marco no es suficiente, ni mucho menos, el razonamiento jurídico que suele argumentar la Agencia Española de Protección de Datos en algunas resoluciones favorables a los denunciados, y que atribuye a Sentencia de 12 de enero de 2001 de la Audiencia Nacional: “Pese a la carencia de regulación específica, la mejor doctrina entiende que visto el

contenido del art. 6.1 de la LORTAD (LOPD), a cuyo tenor ‘el tratamiento de los datos de carácter personal requerirá el consentimiento inequívoco del afectado, salvo que la ley disponga otra cosa’; la expresión ‘salvo que la ley disponga otra cosa’, permite entender que no es necesario el consentimiento del afectado, cuando el art. 20 de la CE permite el tratamiento. Lo que exigirá una ponderación del caso concreto, y desde los principios de adecuación, pertinencia y congruencia recogidos en el art. 4 de la LORTAD (LOPD) (...)”.

El artículo 20 de la Constitución permite ese tratamiento de datos personales, para el que “no es necesario el consentimiento del afectado”, en base al ejercicio de la libertad de información y dentro de los límites doctrinalmente establecidos por el Tribunal Constitucional, sin embargo este supuesto sólo puede darse ante alguna información publicada, pero no respecto a todos los datos previos e imprescindibles que necesita acumular un periodista para elaborar esa información “protegida”. Todo lo fundamental para el trabajo de un periodista cae bajo el imperio regulador y sancionador de la LOPD.

La actividad sancionadora de la AEPD obliga a que el consentimiento para disponer y usar datos personales sea probado de forma fehaciente, lo que implica que todo periodista, si quiere estar protegido en este aspecto, debe obtener para cada re-

gistro de datos que tenga en sus ficheros (digitales o en papel) un documento firmado consintiendo lo que corresponda por parte del titular de cada dato (por ejemplo, nombre y número de teléfono, correo electrónico, currículum, fotografías, etc.), en caso contrario, ante la denuncia de cualquier “afectado”, el periodista será sancionado. ¿Existe algún periodista en el mundo capaz de tener autorizado por escrito el uso de los miles de datos personales que tiene en su agenda de contactos y en sus archivos profesionales?

También en este aspecto se detecta demasiada ambigüedad sancionadora por parte de la AEPD, ya que mientras sanciona a unos por no poder documentar fehacientemente el consentimiento expreso para el tratamiento de datos personales, archiva las actuaciones contra otros aduciendo el siguiente razonamiento:

— La Audiencia Nacional ha señalado en diversas sentencias, entre ellas la 619/2002, que “no puede exigirse para la obtención del consentimiento de los afectados”, a la hora de tratar o ceder sus datos personales, que tal consentimiento se otorgue ni en for-

ma escrita ni mediante correo certificado, al no estipularlo así ningún precepto de la normativa de aplicación. Se ha entendido también que la persona física o jurídica que pretenda obtener tal consentimiento sí deberá ar-

bitrar los medios necesarios para que no quepa ninguna duda de que efectivamente tal consentimiento ha sido prestado, es decir, que la cesión de los datos personales ha sido consentida de modo claro y terminante.

— Asimismo, la Directiva 95/46CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 24/101995, que en su artículo 7 preceptúa que los Estados miembros dispondrán que el tratamiento de datos personales sólo pueda efectuarse si el interesado ha dado su consentimiento de forma inequívoca. Directiva que, asimismo, en el apartado h)

de su art. 2 define como “consentimiento del interesado”: toda manifestación de voluntad, libre, específica e informada, mediante la que el interesado consienta el tratamiento de datos personales que le conciernan.

— Definición que, asimismo, ha sido incorporada al apartado h) del artículo 3 de nuestra Ley Orgánica

El periodista siempre está en falso y pendiente de sanción, salvo que la palabra del periodista prevaleciese sobre la de cualquier otro ciudadano...

15/1999, legislación interna que además, y con mayor énfasis, entre los adjetivos “libre” y “específica” añade el de “inequívoca”. Hay que partir de que inequívoco, conforme al Diccionario de la Real Academia Española, es lo que no admite duda o equivocación, y, por contraposición a equívoco, lo que no puede entenderse o interpretarse en varios sentidos, o que no puede dar ocasión a juicios diversos.

En cualquier caso, ¿de qué manera puede un periodista demostrar que todos los datos personales que tiene y trata le fueron consentidos por los afectados, en el sentido de la LOPD, de forma libre, específica e inequívoca? No hay ninguna en absoluto, el periodista siempre está en falso y pendiente de sanción, salvo que la palabra del periodista prevaleciese sobre la de cualquier otro ciudadano... y eso nos llevaría a otra situación de abuso intolerable, aunque en sentido contrario al actual.

Con la anterior se enlaza la prohibición de una de las prácticas más extendidas de la profesión (y no siempre defendible): la de intercambiarse datos personales ajenos (teléfonos, correos electrónicos...) de personas con interés noticiable. “Los datos de carácter personal objeto del tratamiento sólo podrán ser comunicados a un tercero para el cumplimiento de fines directamente relacionados con las funciones legítimas del cedente y del cesionario con el

previo consentimiento del interesado” (art. 11.1). Si un periodista (cedente) desea cumplir esta norma, el tiempo que tardaría en lograrlo haría ineficaz la comunicación del dato personal a un tercero (otro periodista) que lo precisase para elaborar alguna información. Un porcentaje elevado de noticias que aparecen en los medios no podrían elaborarse.

La LOPD, al obligar el consentimiento informado para cada titular de datos personales recogidos por cualquier periodista, concede el derecho de acceso a esos datos guardados en ficheros profesionales a todos y cada uno de los cientos o miles de “afectados” que figuren en ellos. Según la Ley: “El interesado tendrá derecho a solicitar y obtener gratuitamente información de sus datos de carácter personal sometidos a tratamiento, el origen de dichos datos, así como las comunicaciones realizadas o que se prevén hacer de los mismos” (art. 15.1). Al acceso, lógicamente, le va unido el derecho de rectificación y cancelación de datos (art. 16.1), obligación que el periodista debe cumplir en 10 días cuando se trate de “datos de carácter personal” cuyo tratamiento no se ajuste a lo dispuesto en la presente Ley y, en particular, cuando tales datos resulten inexactos o incompletos (art. 16.2).

Para esta Ley, no se ajusta “a lo dispuesto”, y debe cancelarse el dato, por ejemplo, cuando algún dato de identificación de un sujeto noti-

ciable (nombre, teléfono, correo electrónico, fotografía, etc.) se acompaña de algún apunte sobre sus antecedentes o su filiación ideológica. En cuanto a datos “inexactos o incompletos”, su significado es el que parece y el art. 44.f lo tipifica como infracción grave. ¿Existe algún periodista en el mundo que, por desgracia, no tenga cientos de datos personales “inexactos” o “incompletos” en sus ficheros? Para cerrar el círculo, si un periodista comunicó (“cedió”) un dato personal a uno o muchos colegas y la calidad de ese dato varía, la LOPD le obliga a comunicar el cambio, de forma fehaciente, a todos esos colegas, y a instarles la acción que proceda (art. 16.4).

Para las conductas apuntadas en este apartado, la LOPD tipifica como infracciones leves (multa de 601,01 a 60.101,21 euros; art. 45.1): “Proceder a la recogida de datos de carácter personal de los propios afectados sin proporcionarles la información que señala el artículo 5 [consentimiento informado] de la presente Ley” (art. 44.2.d).

Son infracciones graves (multa de 60.101,21 a 300.506,05 euros; art. 45.2): “Mantener datos de carácter personal inexactos” (art. 44.3.f). O “la vulneración del deber de guardar secreto sobre los datos de carácter personal incorporados a ficheros que contengan datos relativos a la comisión de infracciones administrativas o penales, Hacienda Pública, servicios fi-

nancieros, prestación de servicios de solvencia patrimonial y crédito, así como aquellos otros ficheros que contengan un conjunto de datos de carácter personal suficientes para obtener una evaluación de la personalidad del individuo” (art. 44.3.g).

Una muestra de este último tipo de ficheros que permiten “una evaluación de la personalidad” lo constituye, por ejemplo, cualquiera que contenga la información “pública” de currículos o biografías o dosieres de prensa bien realizados.

Son infracciones muy graves (multa de 300.506,05 a 601.012,10 euros; art. 45.3): “La vulneración del deber de guardar secreto sobre los datos de carácter personal a que hacen referencia los apartados 2 [ideología, afiliación sindical, religión y creencias] y 3 [origen racial, salud y vida sexual] del art. 7, así como los que hayan sido recabados para fines policiales sin consentimiento de las personas afectadas” (art. 44.4.g).

## **Obligación de implementar medidas de seguridad de nivel alto para los ficheros de datos periodísticos**

En el aspecto de la seguridad de los datos personales, la LOPD sí que hace un gran servicio a la profesión cuando impone medidas de seguridad para protegerlos. Podrá discutirse si las sanciones que establece son

razonables –al menos en comparación a las que se aplican a delitos penales de muchísima mayor gravedad, ya que se cotiza más barato indemnizar un homicidio que perder una memoria *flash* con los correos electrónicos de los sindicalistas del barrio–, pero resulta indiscutible que los datos son, hoy, muy vulnerables y el periodista debe ser muy diligente a la hora evitar accesos indebidos a sus ficheros.

A este autor, al que siempre le ha preocupado mucho la seguridad de los datos, nunca deja de sorprenderle, cuando imparte docencia sobre seguridad informática básica a estudiantes o profesionales, el gran desconocimiento que existe sobre la vulnerabilidad de ficheros y sistemas, sobre los muchos rastros “invisibles” que se deja al trabajar en cualquier ordenador, sobre lo fácil que es recuperar ficheros “borrados” o contraseñas y, también, sobre lo sencillo que es protegerse –a sí mismo y a los datos– sin apenas esfuerzo y sin gasto ninguno.

La LOPD ordena “adoptar las medidas de índole técnica y organizativas necesarias que garanticen la seguridad de los datos de carácter personal y eviten su alteración, pérdida, tratamiento o acceso no autorizado, habida cuenta del estado de la tecnología, la naturaleza de los datos almacenados y los riesgos a que están expuestos, ya provengan de la acción humana o del medio físico o

natural” (art. 9.1). El Reglamento de la Ley, entre otros, impone que, como mínimo: “Todos los ficheros o tratamientos de datos de carácter personal deberán adoptar las medidas de seguridad calificadas de nivel básico” (art. 81.1 RDLOPD), sin embargo, por la naturaleza de los datos personales que manejan los periodistas, las medidas a adoptar deben ser las de nivel alto, que son las indicadas por la Ley para: “Los que se refieran a datos de ideología, afiliación sindical, religión, creencias, origen racial, salud o vida sexual” (RDLOPD, art. 81.3.a).

La seguridad debe extremarse (y la LOPD obliga también a burocratizar el proceso en demasía para los usos periodísticos) cuando “los datos personales se almacenen en dispositivos portátiles o se traten fuera de los locales del responsable de fichero” (RDLOPD, art. 86.1). Cuando se prescribe seguridad alta, “la distribución de los soportes que contengan datos de carácter personal se realizará cifrando dichos datos o bien utilizando otro mecanismo que garantice que dicha información no sea accesible o manipulada durante su transporte. Asimismo, se cifrarán los datos que contengan los dispositivos portátiles cuando éstos se encuentren fuera de las instalaciones que están bajo el control del responsable del fichero” (RDLOPD, art. 101.2).

Además de tener que adoptar “las medidas dirigidas a evitar la sustrac-

ción, pérdida o acceso indebido a la información durante su transporte” (RDLOPD, art. 92.3), la Ley obliga a proteger con el nivel de seguridad que corresponda todos los rastros que los ficheros informáticos dejan en cualquier sistema operativo –archivos temporales– y/o las copias de trabajo (RDLOPD, art. 87.1), para, finalmente, ser destruidos (art. 87.2) tomando la precaución de que “siempre que vaya a desecharse cualquier documento o soporte que contenga datos de carácter personal deberá procederse a su destrucción o borrado, mediante la adopción de medidas dirigidas a evitar el acceso a la información contenida en el mismo o su recuperación posterior” (art. 92.4). Así que no basta con romper un documento de papel<sup>7</sup> ni con borrar un fichero informático, hay que usar instrumentos específicos para impedir que puedan ser recuperados.

La seguridad sobre los datos debe imponerse –preferiblemente sin la coacción sancionadora de la LOPD– en la profesión periodística, tanto para los ficheros personales de los profesionales y para los sistemas informáticos o físicos que los contengan, como en los de las empresas de comunicación. Hoy se está muy lejos de esta necesidad y a años luz de implementar rutinariamente, en los ordenadores de los periodistas, herramientas de informática forense y *software* de encriptación simétrica, con algoritmos segu-

ros (AES, DES, 3DES, etc.), para proteger los ficheros, y de encriptación asimétrica para proteger las comunicaciones; todo ello disponible en *software* libre (no propietario).

La responsabilidad por mantener desprotegidos los datos personales almacenados en los ficheros profesionales es muy alta. La LOPD tipifica como infracciones graves (multa de 60.101,21 a 300.506,05 euros, art. 45.2), “mantener los ficheros, locales, programas o equipos que contengan datos de carácter personal sin las debidas condiciones de seguridad que por vía reglamentaria se determinen” (art. 44.3.h).

## A modo de reflexión final

La LOPD es lo que es y su interpretación por parte de la AEPD a la hora de hacer sus inspecciones y de emitir sus resoluciones sancionadoras es muy literal. La letra y el espíritu de la Ley son claros y escasamente discutibles, por lo que ya va siendo hora de pedirle al legislador que se pronuncie claramente para poder conocer en qué lugar queda el ejercicio de la profesión periodística ante este marco legal.

De todos modos, no es casualidad, ni mucho menos, que entre los casi 600 informes jurídicos emitidos hasta la fecha por la AEPD para responder a cuestiones sobre la aplicación de la LOPD planteadas por ciudadanos y por entidades muy diversas no

haya ni una sola referida al efecto que la LOPD puede tener sobre todo el proceso de trabajo periodístico. Este vacío, sin embargo, no es atribuible a la AEPD sino, lamentablemente, al desinterés de los periodistas por este fundamental marco legal.

El que hasta ahora no se haya actuado masivamente contra la profesión, en base a la aplicación de esta Ley, no implica que eso no pueda suceder. Todos y cada uno de los periodistas de este país están en riesgo de ser fuertemente sancionados por trabajar como siempre han hecho y tal como la profesión considera que debe realizarse el periodismo bien hecho y responsable. Cualquier ciudadano que haya sido objeto noticioso le puede crear un conflicto de tremendas proporciones a cualquier periodista o empresa de comunicación; basta con una denuncia ante la AEPD y el denunciado no va a enfrentarse con el denunciante sino con el Estado, representado por la AEPD, con todo lo que ello implica de inferioridad de recursos.

Cuando se tramitó la LOPD la profesión hizo oídos sordos a una legislación que afectaba al periodismo como ninguna otra. Nueve años después de su entrada en vigor, la profesión, como tal, sigue ignorando que trabaja en medio de una ilegalidad/inseguridad muy peligrosa e inaceptable.

Las empresas de comunicación no desconocen la LOPD, aunque no parece que la hayan asimilado adecua-

damente ni tampoco han mostrado demasiado interés en que la comprendan sus profesionales. Ese desinterés, por ejemplo, le ha costado ya a una empresa de televisión una sanción de más de un millón de euros (en concreto 1.081.795 euros), tras acceder la propia AEPD, a través de Internet, a uno de los ficheros de la empresa que estaba desprotegido; en sentencia del Tribunal Supremo de 17 de abril de 2007 se ratificó la resolución de la AEPD que les multó por infracción de los artículos 5, 6, 7.3, 11 y 44.3.h, todos ellos comentados en este trabajo y que, tal como puede apreciar cualquiera que conozca la labor periodística, también son inevitablemente infringidos por la inmensa mayoría de los periodistas en activo cuando ejercen su profesión diariamente.

Hablar de la posibilidad de hacer periodismo de investigación en España ya no es más que una broma, dado que, en gran medida, está jurídicamente castrado y ejercerlo supone un altísimo riesgo por la amenaza de los elevados costes judiciales que pueden derivarse para periodistas y medios ¡aunque tengan razón y ganen los pleitos!

La LOPD es la puntilla que remata y acaba con la posibilidad de investigar en periodismo y elimina también el imprescindible periodismo de precisión. No sólo por lo ya dicho y hecho en el ámbito legislativo y sancionador, sino por todo lo que la AEPD ya ha anunciado que quiere hacer, según manifestaciones de

sus directivos y mediante lo que se expone en sus memorias anuales.

Así, por ejemplo, en la Memoria de la AEPD de 2007, en el apartado de Recomendaciones Normativas, la Agencia postula la “necesidad de regular la publicación anonimizada de sentencias de órganos jurisdiccionales. La propuesta debería reflejarse en una norma con rango de ley (LOPJ como materia no orgánica) o en sus Reglamentos de desarrollo.

En el apartado de Recomendaciones Ejecutivas establece la necesidad de “un Plan de Promoción de Buenas Prácticas en garantía de la privacidad en todos los Boletines y Diarios Oficiales. En general, es un deseable objetivo la adopción de medidas que restrinjan la captación de información en Boletines y Diarios Oficiales. En particular, el desarrollo de la sociedad de la información ha generalizado la posibilidad de acceder a ediciones digitales de los Boletines y Diarios Oficiales. La información publicada suele incluir datos personales y es también captada por los motores de búsqueda en Internet, multiplicando las posibilidades de acceso y dificultando el ejercicio de los derechos de cancelación y opo-

sición. Esta situación aconseja impulsar los procedimientos que, sin afectar la función propia de los diarios oficiales, limite su captación por los motores de búsqueda en Internet”.

Dos fuentes de datos públicas, cuyo acceso y contenido son fundamentales para mantener la transparencia de cualquier democracia y para poder ejercer el derecho

constitucional a la información, tanto por periodistas como por ciudadanos, pueden tener los días contados. De hecho, al menos un ciudadano, apoyándose en la LOPD, ya ha obligado a Google a que su buscador no encuentre jamás su nombre, que figura como sancionado en un Boletín Provincial en el que, según obliga la ley, debe ser publicada la sanción y los datos personales del infractor (ver expediente E/00377/2008 de la AEPD).

Otras muchas fuentes “públicas”, que lo siguen siendo en cualquier democracia, aquí ya no lo son

y está fuertemente sancionado usar sus datos... que siguen siendo oficialmente accesibles a la ciudadanía, aunque no tienen la calificación de “públicos”.

Lo que para un lego en derecho parecen contradicciones absurdas, ven-



Hablar de la posibilidad de hacer periodismo de investigación en España ya no es más que una broma, dado que, en gran medida, está jurídicamente castrado

---

---

dría a ser una versión elegantemente jurídica, y constitucional, del tienes derecho a saber, pero también la obligación de callar lo que sepas; de esta forma se cubre la apariencia de funcionamiento democrático, al mismo tiempo que se asegura y alimenta el oscurantismo de pasadas y tristes épocas.

En la misma memoria citada y como última recomendación ejecutiva, la AEPD insta a “promover la Autorregulación en los medios de comunicación (escritos y audiovisuales) para garantizar la privacidad y la protección de los datos personales. Con carácter general cabe proclamar la prevalencia de la libertad de información consagrada en el artículo 20 de la Constitución y establecida como un pilar fundamental de la democracia frente a los derechos a la protección de datos personales. Si una noticia tiene relevancia pública el afectado tiene el deber de soportarla sin que pueda esgrimir en contra los principios de protección de datos personales. Ahora bien, ello no impide que puedan promoverse prácticas más respetuosas con la normativa de protección de datos personales. Un instrumento adecuado para el desarrollo de buenas prácticas es la autorregulación por el propio sector. Otros eventuales conflictos deberán sustanciarse en el marco de la legislación de protección al honor, intimidad y propia imagen”.

Aunque, siguiendo la doctrina del Tribunal Constitucional, la AEPD pro-

clama la prevalencia de la libertad de información frente a la protección de datos personales, y afirma, con razón jurídica, que si una noticia tiene relevancia pública el afectado deberá soportarla, ello no impide que cualquier “afectado”, aunque carezca de razón, pueda arruinar la vida y hacienda de cualquier periodista ya que, en definitiva, la cuestión de la prevalencia de derechos sólo podrá dirimirla, en instancias sucesivas, la Audiencia Nacional, el Tribunal Supremo y el Tribunal Constitucional. Ese vía crucis judicial le costará una fortuna al periodista, y de nada le servirá que al final le den la razón. En un pleito, muy a menudo, el periodista –a quien la doctrina constitucional le colma de buenas palabras pero le deja solo ante los hechos– es la parte más débil e indefensa, y en estas condiciones no se puede realizar un buen periodismo... y no se realiza, tal como se aprecia en los medios españoles actuales.

Pero, aunque esa prevalencia citada pueda aplicarse, en alguna instancia judicial remota, a un trabajo publicado, todavía queda la espada de Damocles de todo lo apuntado en este artículo; la LOPD convierte en sancionable casi todo lo que necesita o realiza un periodista mucho antes de pensar en publicar nada.

Dice la AEPD, para finiquitar el párrafo comentado, que “ello no impide que puedan promoverse prácticas más respetuosas con la normativa de protección de datos persona-

les. Un instrumento adecuado para el desarrollo de buenas prácticas es la autorregulación por el propio sector”. Esa autorregulación es siempre lo más deseable, y seguro que se pueden mejorar muchas cosas respecto a los ficheros periodísticos, pero, con la LOPD en la mano, ¿a qué se refiere exactamente la AEPD? Desde la Agencia ya se ha comentado, en ámbitos judiciales, que los archivos de los medios de comunicación incumplen muy gravemente la normativa y que, tras un par de años de moratoria, “habrá que tomar medidas”. Es cierto, esos archivos incumplen casi toda la LOPD, pero ¿hacer qué y cómo?

Si analizamos las estadísticas de inspecciones de la AEPD veremos que la mayoría de ellas se han realizado en compañías de telecomuni-

caciones y en entidades financieras, avalando, quizá, la presunción de que la LOPD fue pensada, fundamentalmente, para poner coto al tráfico de datos y abusos diversos y graves de grandes compañías; pero el legislador no planteó excepciones y es de obligado cumplimiento, y con idéntico rigor, tanto para un grupo bancario como el BBVA como para un periodista inexperto.

Las leyes deben ser cumplidas por todos, y la LOPD no debe ser una excepción. Hasta la fecha no me consta que haya habido preocupación ni debate dentro de la profesión periodística en torno a lo apuntado en este artículo. Nunca es tarde, o tal vez sí. Pero es imprescindible saber con urgencia en qué estado de riesgo y de indefensión se ejerce el periodismo bajo el imperio de la LOPD. ❖

---

1 Entre la legislación española que afecta directamente al trabajo periodístico, además de la Constitución y de la mucha doctrina jurisprudencial emanada desde el Tribunal Constitucional, puede citarse: Ley 9/1968, de 5 de abril, sobre secretos oficiales. Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, de protección civil del derecho al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen. Ley Orgánica 2/1984, de 26 de marzo, reguladora del derecho de rectificación. Ley 22/1987, de 11 de noviembre, de Propiedad Intelectual (y Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia). Ley 13/1985, de

25 de junio, del Patrimonio Histórico Español. Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común. Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal. Ley Orgánica 1/1996, de 15 de enero, de Protección Jurídica del Menor, de modificación parcial del Código Civil y de la Ley de Enjuiciamiento Civil. Ley Orgánica 2/1997, de 19 de junio, reguladora de la cláusula de conciencia de los profesionales de la información. Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal. Ley 34/2002, de 11 de julio, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico. Real Decreto 1720/2007, de 21 de diciembre, por el que se aprueba el Re-

glamento de desarrollo de la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal. Para un asunto tan frecuente en la práctica periodística como es la publicidad de las actuaciones judiciales en el ámbito del proceso penal, puede consultarse, por ejemplo, González Ballesteros, T. (2008). 'Proceso Penal y medios de comunicación'. *Cuadernos de Periodistas* (15), (pp. 81-88).

2 Sentencia de 17/03/2006 de la Sección Primera de la Sala de lo Contencioso-Administrativo de la Audiencia Nacional, autos del recurso contencioso-administrativo núm. 621/04, FJ 5.

3 El RDLOPD, además, establece que: "La inscripción del fichero deberá encontrarse actualizada en todo momento. Cualquier modificación que afecte al contenido de la inscripción de un fichero deberá ser previamente notificada a la Agencia Española de Protección de Datos o a las autoridades de control autonómicas competentes, a fin de proceder a su inscripción en el registro correspondiente..." (art. 58.1).

4 El art. 44.4.c tipifica como infracciones muy graves: "Recabar y tratar los datos de carácter personal a los que se refiere el apartado 2 del artículo 7 [ideología, afiliación sindical, religión y creencias] cuando no medie el consentimiento expreso del afectado; recabar y tratar los datos referidos en el apartado 3 del artículo 7 [origen racial, salud y vida sexual] cuando no lo disponga una ley o el afectado no haya consentido expresamente, o violentar la prohibición contenida en el apartado 4 del artículo 7 [ficheros *ad hoc*] "Las infracciones muy graves serán sancionadas con multa de 50.000.000 a 100.000.000 de pesetas" [de 300.506,05 a 601.012,10 euros] (art. 45.3).

5 Sobre este particular tajantemente restrictivo es muy clara la doctrina que guía la Sentencia de 17/03/2006 de la Sala de lo Contencioso-Administrativo de la Audiencia Nacional, Sección Primera, sobre el Recurso

contencioso-administrativo núm. 621/04 interpuesto ante la Resolución de fecha 2 de noviembre de 2004 de la Agencia Española de Protección de Datos.

6 "No será preciso el consentimiento (...) cuando los datos figuren en fuentes accesibles al público y su tratamiento sea necesario para la satisfacción del interés legítimo perseguido por el responsable del fichero o por el del tercero a quien se comuniquen los datos, siempre que no se vulneren los derechos y libertades fundamentales del interesado" (art. 6.2). Pero tal excepción para el consentimiento apenas tiene relevancia para los periodistas, ya que el listado que hace la LOPD de "fuentes accesibles al público" es extraordinariamente restrictivo (art. 3.j) y, en todo caso, sólo permite que los datos "públicos" de esas fuentes (como los directorios telefónicos) mantengan su condición "pública" durante un periodo de en torno a un año, pasado el cual ya no pueden tratarse ni usarse (art. 28.3).

7 Los datos personales almacenados en soporte de papel también son considerados ficheros y se está obligado a adoptar las mismas medidas y precauciones. "Los dispositivos de almacenamiento de los documentos [en papel] que contengan datos de carácter personal deberán disponer de mecanismos que obstaculicen su apertura. Cuando las características físicas de aquellos no permitan adoptar esta medida, el responsable del fichero o tratamiento adoptará medidas que impidan el acceso de personas no autorizadas" (RDLOPD, art. 107). Las agendas de los periodistas son documentos especialmente vulnerables y sometidos a esta Ley.

8 Según la Memoria de la AEPD de 2007, los sectores más investigados fueron el de telecomunicaciones (290 inspecciones en 2007 y 272 en 2006) y el de entidades financieras (248 inspecciones en 2007 y 554 en 2006). En el sector de los medios de comunicación se realizaron 10 inspecciones en 2007 y 11 en 2006.

# África, la gran olvidada de los medios españoles❖

África, pese a sus 1.000 millones de habitantes, es el continente olvidado. Quizá porque su PIB supone alrededor del 5% del mundial, con lo que carece de peso económico en el comercio internacional. Este desinterés generalizado se agudiza en el caso de España como parece confirmar la atención periodística que se le presta: un solo corresponsal para toda la zona subsahariana, dos en el Magreb (Marruecos y Túnez), una delegación en Sudáfrica, todos ellos de Efe, y una colaboradora de *El País*.

**MARÍA ÁNGELES FERNÁNDEZ**

**J. MARCOS**

**N**os separa una puta valla”. Y eso lo cambia todo. El reportero de *El País* Ramón Lobo recuerda lo que distancia un país, España, de un continente, África. Sus palabras manifiestan que los kilómetros son sólo eso, kilómetros. Y que las fronteras son obstáculos infranqueables, sobre todo, vistas desde el flanco empobrecido. Vallas, fronteras y obstáculos que los medios españoles tampoco traspasan.

“Si escribir en España es llorar,

informar de lo que pasa más allá de nuestras fronteras es una batalla continua contra la ignorancia, la dejadez, el egoísmo o la ceguera”. El periodista Felipe Sahagún tiene claro que la información internacional en los medios españoles es escasa. Así lo apuntaba en las páginas del *Informe Anual de la Profesión Periodística 2005*, editado por la Asociación de la Prensa de Madrid: “De los aproximadamente 160 diarios que se editan hoy en España –incluidos los digitales, los económicos y los gratui-

**María Ángeles Fernández** es periodista; **J. Marcos**, fotoperiodista.

tos más importantes—, los que tienen una sección de Internacional digna de tal nombre se cuentan con los dedos de una mano”. La base sobre la que se sustenta la información sobre África es frágil.

“La política internacional no vende”, dijo Rupert Murdoch, director y principal accionista de News Corporation. Esta lapidaria frase ofrece uno de los primeros porqués y, quizás, uno de los principales. El hecho de que la información internacional sea cara añade un extra negativo al objetivo comercial apuntado por el magnate de los medios de comunicación y deja claro que estas noticias no acarrearán beneficios económicos a priori. Y en una época en que los medios son empresas, el objetivo último es, por encima de todo, maximizar beneficios. Ganar dinero.

La escasa diversidad de fuentes es otro problema que sufre la información internacional en España. Con frecuencia, los medios nacionales se nutren de las noticias ofrecidas por las grandes agencias internacionales (Reuters, AP y AFP), además de la española Efe. Es decir, la visión del mundo procede de un número limitado de fuentes.

Problemas o deficiencias que se multiplican al considerar como elemento influyente en la información internacional el número de corresponsales o enviados especiales de los medios: sin duda, escaso, muy

escaso. El reportero de *La Vanguardia* Bru Rovira añade la falta de trabajo de campo, de contacto con las fuentes: “Somos gente muy poco preparada. El periodista se tiene que plantear su trabajo de campo. Y en España, el trabajo de terreno, saltarse las agencias y hablar con la gente, se hace muy poco. Así es muy difícil hacer periodismo”.

Si el panorama se plantea pesimista sobre la información internacional, no mejora con África al otro lado de la valla.

## La información sobre África en España

“África representa una gran metáfora de lo mal que va este mundo: Son casi 1.000 millones de personas con un montón de historias, que cantan, que bailan, que hacen música, que escriben libros... y no nos interesan para nada. Hay un tremendo vacío informativo que no me resulta comprensible. Porque a la gente lo que le interesa es la realidad. Y África lo que te ofrece es realidad”, introduce Ramón Lobo. “En España apenas se informa de nada y mucho menos sobre África subsahariana”, apunta, por su parte, el escritor Javier Reverte. ¿Por qué?

La escasa tradición histórica y de lazos comunes, el peso de África en la economía mundial, la escasez de corresponsales en este continente, la rentabilidad económica o el inte-

rés del público receptor son los porqués de una opinión compartida. La de un ostracismo mediático casi absoluto para con todo un continente; 53 países que parecen tener vedada su entrada en las páginas y en los informativos de los medios de comunicación más populosos.

Francia o Inglaterra ejemplifican el agravio informativo español al respecto. Dado el pasado colonial de estos dos países en el continente negro, existen más vínculos y, por lo tanto, ofrecen más noticias. “La prensa británica y la francesa dan mucha información de África porque tradicionalmente han tenido una vinculación colonial. España no ha tenido casi nada. Siempre hemos estado de espaldas a África”, indica Manuel Mediavilla, periodista del grupo Vocento.

Pero la intensidad de los intereses parece cambiar. La llegada de inmigrantes en cayucos desde la costa Oeste de África a España ha provocado que los medios realicen algún *esfuerzo* por ofrecer información sobre los países de origen de los inmigrantes, principalmente Senegal y Mauritania. Esta *moda informativa* la vive en primera persona Luis de Vega. El corresponsal de *Abc* ha tenido que desplazarse en varias ocasiones desde Marruecos, donde trabaja habitualmente, hasta la zona occidental de África.

El encargado del departamento de Comunicación de la Fundación Sur,

Rafael Sánchez, ve positivo este interés, al que pronostica futuro, e introduce una nueva clave de actualidad: el interés del Ejecutivo actual en el continente. “Este Gobierno, aunque las políticas puedan ser o no acertadas, se ha dado cuenta de la importancia de África. Hay un interés y tiene que ser creciente porque África tiene una situación en la que sólo puede ir para arriba. Acabará influyendo en la permeabilidad de los medios para informar sobre África. África tiene que estar cada vez más presente porque es obvio; vas por la calle y cada vez ves más africanos. Simplemente la aparición de color en tu vida es lo que te dice que África está en España”. Es Bru Rovira quien sentencia: “Algún día lo tendremos que explicar”.

Lo que está claro es que África ha dado un pequeño paso hacia adelante (pero paso, al fin y al cabo) en los medios españoles. Una situación coyuntural (también podría calificarse como estructural), que puede servir de puerta de embarque hacia un futuro de más y mejor contexto, de más espacio, de más historia e intrahistoria.

“África no tiene peso económico en el comercio mundial”. Ésta es otra de las causas que explican, según Lobo, la cobertura africana. Algunos datos macroeconómicos ejemplifican su reflexión: el Producto Interior Bruto (PIB) de todos los países africanos juntos supone alre-

dedor del 5% del PIB mundial (un porcentaje inferior al de Alemania). En el libro *África, pecado de Europa*, Luis de Sebastián explica estas cifras, cargándolas de simbolismo: “Si toda África se hundiera en el mar (cosa que Dios no quiera), la economía mundial sufriría una pérdida (...) como si hubiera habido unas extensas inundaciones en Estados Unidos, o un terremoto en Japón”.

La insignificancia económica de África a escala mundial es el resultado del expolio, del desgaste, del abandono y de la marginación a la que ha estado sometido este continente a lo largo de los siglos. Pero si la riqueza económica (en este caso, su ausencia) explica el escaso interés periodístico en África, es de rigor señalar que en el continente sí existen materias primas y recursos naturales que no son aprovechados y disfrutados por sus ciudadanos, sino por las economías de los países ricos. “Si analizas la cantidad de riquezas africanas que están moviéndose en la economía mundial, encontrarás que hay petróleo, bausita, manganeso, coltán... hay bastante más de lo que se dice”, afirma Ramón Lobo.

Las palabras de Bru Rovira pueden servir como última reflexión de lo paradójico de la situación: “En África se decide todo lo que es el tema del comercio en este mundo global: el papel de China, cómo somos moral y éticamente como sociedad,

“En África se decide todo lo que es el tema del comercio en este mundo global: el papel de China, cómo somos moral y éticamente como sociedad, qué hacemos con los perdedores, las leyes internacionales, el papel de la ONU... se decide todo ¡y nosotros no hablamos de África!”, dice Rovira

qué hacemos con los perdedores, las leyes internacionales, el papel de la ONU... se decide todo ¡y nosotros no hablamos de África!”.

En la zona subsahariana se multiplica el problema de la falta de corresponsales o enviados especiales que padece la información internacional. El único medio español que tiene un corresponsal para todo el subcontinente es la Agencia Efe (que tiene corresponsales en Egipto, Marruecos y Túnez), con una delegación en Sudáfrica; en este destino, *El País* también cuenta con una colaboradora. ¿Y el resto? Nada. En los mejores casos, como *Abc* y *La Vanguardia*, aprovechan sus corresponsales en

Marruecos (más habituales dada la cercanía y un pasado de relaciones) para utilizarlos como enviados especiales en caso de necesidad.

¿Qué nos queda entonces? Pues la opción de un puñado de periodistas *enamorados* de África que intentan nadar a contracorriente e informar sobre el continente. Un esfuerzo que mantienen vivo gracias, en muchos casos, a la llama que les une a África. “Nunca había pensado en dedicarme a África ni que me iba a enganchar de esa manera. Viajé a Ruanda y al final fue una especie de enamoramiento inevitable. Porque estoy enamorado de África”, explica el periodista de *Abc* Alfonso Armada. Rovira comparte sentimiento: “Cuando pisas una vez África, la pisas una y otra vez porque es un continente que te fascina. Si no te engancha aquello, tienes que ir al médico. Desde el punto de vista de la curiosidad periodística está todo: el conflicto, la desmembración, son sociedades que viven de una manera muy distinta a la nuestra, el tema del animismo, la relación con la naturaleza... es una pasada”. Otro *abducido* por el continente es el cámara de TVE Evaristo Canete: “Llegas y te engancha (...). Es el paraíso para la vista”, añade a una letanía de sensaciones que podría prolongarse por entre los 21 entrevistados. Pero el gran inconveniente a esta suerte de solución individual es la continuidad informativa.

No hay riesgo al afirmar que normalmente son informaciones eventuales, sin contexto y, además, amenazadas por el olvido. El fotógrafo Juan Echeverría recuerda una de sus vivencias: “Hay noticias que dejan de ser noticias en dos o tres días porque ha surgido otro conflicto o hay otra catástrofe. No se sigue hablando, no hay continuidad. Por ejemplo, yo he llevado temas a *vender* y me dicen ‘¡otra vez!’. Otra vez no, esta gente sigue viviendo en campos de refugiados, siguen teniendo el mismo problema. La prensa funciona un poco como sopla el viento”. Manuel Leguineche también tira de memoria: “En una ocasión hubo una crisis de refugiados y no encontrabas ni sitio para dormir: estaban todas las televisiones. Nunca sabes bien por qué, pero un día se van y ya tienes sitio para dormir”.

Las razones o explicaciones continúan. “África es cara”, señala de la forma más simple posible Lobo. Esta afirmación se tiñe de un color aún más negro si añadimos la conocida y seguida frase de Murdoch. Armada lo explica: “Existen pocas líneas aéreas, hay muy mala comunicación entre los países y los sistemas de transporte están basados en los vínculos coloniales porque no se ha potenciado el comercio inter-africano. Una vez que estás allí, o haces como Kapuscinski y te mueves en pequeñas pensiones de mala muerte o haces como en general los

periodistas europeos, que van a hoteles de cinco estrellas que cuestan una burrada”.

Es el fotoperiodista Gervasio Sánchez quien aporta un punto de vista más crítico al debate: “Me he encontrado situaciones en las que se ha puesto en entredicho mi viaje a África y, al mismo tiempo, el subdirector del diario se ha ido a París en *business class*, pagando tres veces más de lo que valía mi viaje en avión. O una persona de un diario se ha gastado en una succulenta cena en Londres un dinero que luego se está rancaneando cuando hay que cubrir situaciones de este tipo”. Bru Rovira añade más ejemplos que sirven contextualizar el coste real: “Para *La Vanguardia* es más caro ir a cubrir unas elecciones a Bilbao que cubrir África. Un hotel en Bilbao es carísimo. En comparación, África es barato, muy barato”. Comparaciones al margen, Juan Carlos Tomasi, fotógrafo de la ONG Médicos sin Fronteras y colaborador de varios medios, insiste en que, en África, la logística “es muy cara”. De nuevo es Bru Rovira quien responde a su compañero y amigo: “Sí, pero la *robamos* de la ONG, no la pagamos nosotros”.

Esta respuesta del periodista catalán introduce un nuevo punto de análisis: la labor de las ONG en la cobertura informativa sobre África. Porque son muchos los periodistas que viajan al terreno gracias a la invitación de estas organizaciones.

“Salvo alguna excepción, el periódico nunca te va a pagar un viaje a África”, explica Manuel Mediavilla, que siempre que ha pisado tierra subsahariana ha sido invitado por una ONG. En la misma situación se encuentra Yasmina Jiménez, periodista de la sección Solidaridad de la página web de *El Mundo*: “Cuando viajamos fuera, siempre vamos invitadas por la ONG”. Ni siquiera todos los periódicos nacionales son ajenos a este fenómeno. Le ocurre a Alfonso Armada en *Abc*, aunque también lo experimentó en *El País*. “En el caso español, casi todas las filmaciones y los trabajos sobre África están vinculados a una ONG”, señala Tomasi.

Por tanto, el papel de las ONG en la información que recibimos sobre África es tal que, si no fuera por su existencia e interés en promocionarse, se informaría aún menos de lo que se hace actualmente. Una situación que, indudablemente, plantea ventajas e inconvenientes. El fotoperiodista Pep Bonet resume así esta dicotomía: “El problema, que más bien es una limitación, es que las ONG son responsables de tu seguridad; entonces, tienes que estar a sus órdenes. Pero también he estado en otras situaciones, como por ejemplo en Somalia, donde es imposible ir sin una ONG; puedes ir, pero a lo mejor te pegan un tiro al bajar del avión. La logística que tienen de hombres armados, su seguridad y la informa-

ción fresca que proporcionan no se puede obtener fácilmente”.

Después de buscar y desgranar varios porqués, la cuestión que está detrás de todo es ver a quién interesa o deja de interesar África. “Al lector le interesa lo que conoce; lo que no conoce no le puede interesar”, responde el veterano reportero de TVE Vicente Romero. El escritor Javier Reverte también divide responsabilidades; por un lado, sitúa el punto de mira en el lector, al señalar que “le interesan más los safaris y las puestas de sol que la política y las sociedades africanas”; y, por otro, denuncia que “a las empresas no les parece un negocio promover el interés”. “El problema hay que repartirlo al 50%”, sentencia.

África no vende. Esta manida frase, que es la excusa perfecta para explicar las deficiencias informativas de los medios en temas internacionales, no tiene ningún sentido para Gerardo González, quien ha sido redactor jefe de la revista *Mundo Negro* durante más de 40 años: “La prensa diaria no vendería más ni menos si incluyera noticias sobre África. No se vende más o menos prensa si en la sección de Internacional le das media página a lo que está ocurriendo en África”.

“Eso de que África no vende es falso. Cuando un director dice que África no interesa es que no tiene ni idea de África; no le interesa a él porque lo desconoce. Se quedaría

fascinado si le meto en un avión y le llevo a Darfur para ver lo que está pasando. ¿África no interesa? Si quieres te cuento cien historias de África que vas a alucinar. Y si el director es listo, las mete en portada”, afirma Rovira.

## **África como sinónimo de sufrimiento**

“A África siempre se ha ido por penas, por catástrofes, por guerras. Sólo interesa cuando hay matanzas o alguien se subleva”, explica el cámara Evaristo Canete. “En los medios existe atracción por las imágenes pero no por los contenidos”, añade en forma de explicación el jefe de Internacional de los servicios informativos de TVE, José Antonio Guardiola.

“¿Cuántos miles de familias tienen que perecer a la vez en África para que podamos darle la centésima parte del espacio que le daríamos a la muerte de una sola familia que falleciera de hambre en España? Ésa es la misma relación que se establece entre el valor de la vida de esa familia que muere hipotéticamente de hambre en España con el de la familia en África. ¿Qué vale; una diezmillonésima parte?”, se cuestiona enfadado Vicente Romero. Es Luis de Vega el encargado de apuntalar la cuestión: “En este continente pasan cosas a diario que, si ocurrieran en Europa, serían portadas de diarios y revistas”.

Un ejemplo: 30 de diciembre de 2008. Todos los diarios nacionales e internacionales, todas la televisiones, todas las emisoras ofrecían extensas crónicas, informaciones y reportajes de los bombardeos de Israel sobre la franja de Gaza; es más, era la información de portada, la que abría los informativos. Más de 300 muertos justificaban la cobertura junto a los países implicados y la ubicación. *El País*, un ejemplo que puede servir para ver la tendencia general, ofreció aquel día la portada y cuatro páginas, además de varios artículos de opinión, al nuevo enfrentamiento entre palestinos e israelíes. En cambio, una columna, firmada por 'Agencias', ocupó la noticia que tenía este titular "El LRA ugandés asesina a 189 personas civiles en el este del Congo". Sólo una columna.

### **Desde el suelo africano: condiciones para informar**

"África es una pesadilla logística". El experimentado Manuel Leguineche señala así lo complicado que es para un periodista trabajar en el continente. Para realizar un completo repaso a la labor de los informadores que luchan por sacar a África en los medios, es necesario explicar cómo se trabaja en el terreno. ¿Cuáles son las mayores dificultades para cubrir África?

Leguineche lo resume así: "Yo, ni traductores, ni seguro, ni hoteles de cinco estrellas, ni nada de eso. Con

el francés y el inglés te ibas apañando. Iba por libre y no me llegaba el dinero. Y eso me permitió abrirme camino". El inglés y el francés pueden ser idiomas suficientes para manejar en la zona, pero si quieres hablar con la gente de la calle, con los ciudadanos de a pie hay que comunicarse en sus lenguas, porque "solamente los grandes líderes y quienes han estudiado hablan la lengua del colonizador", señala la veterana Isabel Martínez Reverte. Y es que, al contrario de lo que podría pensarse, el idioma no suele ser un problema insalvable. Como explica Juan Echeverría, "muchas veces no se trata de hablar un idioma, sino de la actitud que tengas hacia el lugar y hacia la gente".

Además, "hay muchos curas que hablan la lengua local y hacen de traductores", señala Armada, quien también hace referencia a la necesidad de tener un chófer local "porque conoce los sitios peligrosos. Los conflictos en África son más confusos y las líneas más dudosas. No se sabe dónde está el frente o quiénes son amigos o enemigos". Al hilo de esta peligrosidad, Leguineche recuerda la muerte del cámara español Miguel Gil en Sierra Leona, a causa de una emboscada. El tema de la peligrosidad, evidentemente, depende de los lugares y de los momentos.

Por ejemplo, Somalia. El pasado 26 de noviembre, el fotógrafo espa-

ñol José Cendón fue secuestrado en el Estado fallido del Cuerno de África junto con el periodista británico Colín Freeman, cuando realizaban un trabajo sobre piratería para el diario británico *The Daily Telegraph*. Tras 38 días de cautiverio, muchas negociaciones y posiblemente el pago de un rescate, fueron liberados.

Cendón ganó el prestigioso premio World Press Photo en 2007 por sus imágenes de los centros de salud mental de la región de los Grandes Lagos. “Con mi trabajo en los hospitales buscaba algo diferente de lo que hacen la mayoría de los fotoperiodistas que trabajan aquí. Decidí seguir un camino lo más directo posible hacia el espectador. Buscaba herirlo porque me parece increíble que se le preste tan poca atención al lugar donde han sucedido y suceden las cosas más terribles del planeta”, explicó entonces el fotógrafo al diario *El País*.

En esta entrevista, Cendón habló también sobre las dificultades de trabajar en África, más concretamente en el caso de la República Democrática del Congo: “Es un país casi del tamaño de Europa Occidental donde hay menos de 500 kilómetros de carreteras asfaltadas. Es muy complicado acceder a los lugares más calientes a tiempo porque dependes de la ineficacia de las Naciones Unidas. Normalmente utilizo sus aviones y helicópteros”.

El tiempo del que se dispone pa-

ra recabar la información *in situ* es otra cuestión determinante. Ramón Lobo, Pep Bonet y los periodistas de programas de reportajes de TVE son la excepción que confirma la regla. Lo más frecuente es la premura. Las prisas y la falta de tiempo son, para Isabel Martínez Reverte, un problema: “Es muy difícil irte tres días y hacer una buena información”.

Por último, es imprescindible estar documentados, conocer la historia y las peculiaridades de cada lugar. ¿Qué hacer entonces para documentarse antes de viajar? ¿Cómo se informan nuestros informadores? Libros (Ryszard Kapuscinski es un clásico para todos los entrevistados), informes y algún medio internacional como *Le Monde*, *The Economist*, *New Yorker* y *Jeune Afrique*.

## **Dónde informarse sobre África**

También existen otras vías, otros medios, que otorgan a los interesados la posibilidad de mantenerse al día del, probablemente, continente más olvidado; unas opciones que, al mismo tiempo, desacreditan las excusas y reparten responsabilidades también en el lado de los ciudadanos. La información está ahí... pero hay que remover con mayor esfuerzo si cabe para encontrarla.

Bien es cierto que la alternativa es transitar por carreteras secundarias; un calificativo que, sin embargo, hace referencia a la densidad en

el tránsito de lectores/oyentes/espectadores, que no muchas veces a la calidad de sus infraestructuras. Algunos preferirán referirse a ellos como los medios *alternativos* pero, a la vista queda según lo demostrado, que el adjetivo pierde en este caso su grado de certeza para entrar en el terreno de lo cuestionable. Sirvan la Fundación Sur y *Mundo Negro* como los ejemplos más representativos encontrados. No los únicos.

La revista *Mundo Negro* nació de la mano de los misioneros combonianos, en 1960. Es imprescindible leer y analizar *Mundo Negro* teniendo siempre claros sus ligaduras religiosas. Sin embargo, no es menos relevante que, salvo el director, la redacción está formada por seglares. Se trata de una publicación mensual, con cerca de 90.000 suscriptores. Además de la publicación en papel, también tiene edición digital.

Creado en 1979 por los padres blancos como Centro de Información y Documentación Africanas, el CIDAF es otro de los recursos destacados. El departamento de África de la Fundación Sur es un centro con vocación universitaria. Sus actividades abarcan desde la organización de conferencias, hasta la gestión de la biblioteca y el centro documental (con cualquier tipo de soporte: audiovisuales, monografías, publicaciones seriadas, cartografías...), pasando por publicaciones tanto impresas como electrónicas (*Cuadernos*



Muchos de los informadores coinciden en esta imagen del continente: "África evoca dos sentimientos muy opuestos al mismo tiempo: alegría y sufrimiento"

y *Africana Noticias*), programas de radio incluidos (*Africanía* y *La otra cara de África*). Uno de sus últimos proyectos ha sido dar "un cambio radical" a su presencia en Internet. En la nueva página se pueden encontrar noticias, un *blog* académico, la agenda de actos, crónicas, reportajes y una extensa bitácora con los textos de colaboradores, entre otros.

Existen otras iniciativas con objetivos similares a los anteriores: Por ejemplo, *Umoya*, boletín trimestral editado por la Federación de Comités de Solidaridad con África Negra. Además, Carla Fibla se encarga, a propuesta suya, de un espacio semanal llamado *Conocer África*, de tres

minutos dentro del programa *Punto de Fuga* de la Cadena Ser.

Por otro lado, en enero de 2007 entró en funcionamiento Casa África, “como un espacio de encuentro y reflexión”, según se explica en su página web. Este organismo ofrece una agenda de diferentes actos que sobre África se realizan en España, además de convocar concursos, funcionar como base de datos y centro de documentación, y potenciar las relaciones de España con el continente vecino.

En Internet es donde *El Mundo* ha apostado por informar sobre África y sobre el resto de países del sur, a través de la sección Solidaridad, que ha ganado la Medalla de Oro de la Cruz Roja y la Media Luna Roja. Además, cuenta con el *blog Crónicas de África*, en el que escriben seis cooperantes españoles que trabajan en alguno de los países africanos y el periodista marroquí Ali Lmrabet, asiduo colaborador de este diario.

## **Aproximación al concepto ‘África’**

Son ya varias páginas hablando sobre África, sobre cómo se informa sobre África, sobre el olvido del continente, pero ¿qué es África? “El continente es demasiado grande para ser descrito. Es un verdadero océano, un planeta separado, un cosmos variado e inmensamente rico. Sólo con la mayor de las simplificaciones, y por razones de conveniencia, pode-

mos decir África. En realidad, excepto como denominación geográfica, África no existe”, escribía Kapuscinski en *Ébano*.

A pesar de que África es un universo variado que no se puede abarcar bajo ningún sustantivo, quizás tampoco bajo ningún nombre, sí tiene algunos rasgos definitorios que diferencian al continente del resto de lugares. La conjunción ofrecida por Bru Rovira es quizá la más significativa: belleza y dolor.

Muchos de los informadores consultados coinciden en esta imagen del continente “África evoca dos sentimientos muy opuestos al mismo tiempo: alegría y sufrimiento; siempre se te queda un dolor amargo”, afirma Juan Carlos Tomasi. Y es que, como dice Canete, “en África hay bastantes áfricas”.

“Es el canto a la vida. El vivir. La paradoja es que, en el continente de la vida, muera tanta gente”, reflexiona Gerardo González. Una expresión similar elige Javier Reverte para su definición: “Un continente lleno de vida y de muerte, la metáfora más exacta de todos nosotros”. Isabel Martínez Reverte selecciona otra frase contundente: “África es el paraíso terrenal lleno de pesadillas”. Después de una reflexión inicial –“es el continente más fascinante por todas sus miserias; la esencia del ser humano en estado puro”–, José Antonio Guardiola finaliza ofreciendo una inusual metáfo-

ra: “África es como un parto: la expresión máxima del sufrimiento humano con la máxima felicidad”. Ramón Lobo es mucho más directo: “África tiene la mala suerte de estar al otro lado de la valla de Melilla. Nos separa una puta valla”. Esta visión del continente como blanco de la maldad extranjera también es elegida por Vicente Romero, para quien África evoca “un escenario de enormes injusticias y de enorme culpa histórica nuestra”.

En estas definiciones se diferencian dos realidades: una es la asociación de África con el drama y con la pena; la otra, la que adjetiva al continente como la alegría, la vida y la belleza. Una dicotomía que, aunque bien parezca controversia, no lo es. Lo que pasa es que una cara de la moneda, la más fea, no deja ver la parte más hermosa. Alfonso Armada lo explica de este modo: “El problema es que África es víctima de los estereotipos. Le han puesto un gran clavo encima como a las mariposas. Es una mariposa maravillosa dentro de una vitrina, congelada en el tiempo y, además, pudriéndose”.

Bru Rovira finaliza reflexionando de este modo: “África es el gran reto moral del siglo XX. Nos pone en un espejo horrible”. “Sentimiento y culpabilidad”, escribe Tomasi en una libreta, sentado al lado de su compañero de viajes. “Sentimiento y culpabilidad”, repite.

Resulta cuanto menos curioso que los conocedores de África resalten la belleza del lugar, mientras que la gente de la calle considere que es el continente de la desgracia. ¿A qué se debe esta percepción contradictoria? Rovira toma como referencia las imágenes para exponer su punto de vista: “El periodista es un narcisista al que le gusta que le quieran, que le amen, que le lean y le vean. Ante una foto de uno al que le pegan un tiro en la cabeza que sabes que la van a meter en portada, en lugar de no hacerla y respetar la dignidad de esa persona, ¿qué hace el periodista? Hacer esa foto. Los periodistas damos una imagen de África falsificada, que no es humana; es una imagen deshumanizada; y lo hacemos por narcisismo”.

Lo que está claro, y no podía ser de otro modo cuando hablamos de 53 países y casi 1.000 millones de personas, es que África vive llena de noticias, de informaciones, de historias; como afirma Ramón Lobo, “África es una mina”. Una mina que, lo queramos o no, sigue todavía hoy al otro lado de la valla. ❖

\* Este reportaje se ha redactado con información extraída de la investigación ‘Así ven África nuestros informadores’. Fue elaborada por ambos autores en 2007, con la pretensión de crear una virtual mesa de debate que recogiera los testimonios de más de una veintena de informadores españoles sobre África.

# Inseguridad jurídica

**E**l Estado de Derecho tiene, entre sus finalidades primarias, el respeto de todos –poderes públicos y ciudadanos– a la Constitución y al resto del ordenamiento jurídico, y la seguridad jurídica, principio éste que se garantiza en el art. 9.2 de la CE. En lo que hace a los derechos fundamentales, y en concretos los referidos a las libertades de comunicación, el mandato constitucional se manifiesta por su reconocimiento y protección. Con este doble carácter, el reconocimiento es bastante con su formulación constitucional, no así la protección que requiere para su efectividad la intervención de los poderes públicos. No basta, por ejemplo, que se reconozca el derecho a la creación literaria, artística y científica para que tal reconocimiento sea real. Se precisa, además, de una norma específica que proteja el derecho moral y de explotación del autor de la creación, lo que

resulta mediante la Ley de Propiedad Intelectual. Y es a partir de esa normativización que el poder judicial –jueces y magistrados– disponen de los instrumentos precisos para su eficaz protección, cumpliendo de esta manera correctamente su misión de administrar justicia sometidos al imperio de la ley. Es cierto que en nuestro sistema judicial hay jueces que aplican la ley y otros que la interpretan, pero éste es otro debate que nos alejaría del que aquí nos ocupa. Por tanto, en el orden procesal español el juez, o tribunal, tiene la misión de aplicar la norma jurídica, y obviamente la Constitucional que encabeza nuestro sistema de fuentes del Derecho.

En lo que se refiere a los derechos fundamentales y específicos de la personalidad –honor, intimidad y propia imagen– que la Constitución garantiza en su art. 18.1, su norma básica de desarrollo en el orden civil se con-

**Teodoro González Ballesteros** es catedrático de Derecho de la Información de la Universidad Complutense de Madrid.

creta en la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo, sobre Protección Civil del Derecho al Honor, a la Intimidación Personal y Familiar y a la Propia Imagen, y en orden penal, entre otros, a través de los delitos contra el honor –calumnia e injuria– recogidos en el tít. IX del Código Penal, lo que permite al juzgador civil o penal disponer de los instrumentos normativos suficientes para establecer su debido ámbito de protección, ya sea frente a las intromisiones ilegítimas o las conductas dolosas. Puede afirmarse, en consecuencia, que los derechos fundamentales y las libertades públicas que la Constitución garantiza, reconoce o protege requieren para su efectivo amparo por los órganos jurisdiccionales su necesario desarrollo mediante una ley, lo que comúnmente se conoce como la *interpositio iuris*. Muestra de ello es la ley de libertad religiosa, las citadas sobre honor y de creación, la reguladora de los derechos de reunión, manifestación, petición y del derecho a la educación, que aportan seguridad jurídica a los ciudadanos al saber el contenido y forma de protección de tales derechos; y a los jueces que tienen delimitado su contenido y ámbito de actuación. Recordemos que toda norma jurídica, además de aportar seguridad a la persona, limita y concreta su aplicación por los órganos encargados de administrar justicia.

En lo que concierne a los derechos fundamentales referidos a la co-

Cuando, de forma genérica, hay dos derechos fundamentales en litigio, los de la persona –honor, intimidad e imagen– y los de la información –emitir y recibir–, los jueces tienen tasado por ley orgánica el ámbito de protección de los primeros, pero no los de la información

municación, y en concreto sobre el derecho a emitir información y el derecho a recibirla, existe un gran vacío legislativo que se cubre en el tráfico judicial ordinario con las interpretaciones, no siempre acertadas o sujetas al texto constitucional, de nuestro Tribunal Supremo, del Tribunal Constitucional en su función de máximo interprete de la Constitución y del Tribunal Europeo de Derechos Humanos en la aplicación del Convenio Europeo de 1950. A modo de referencia conviene recordar que, por ejemplo, el requisito de *interés público o general* que se exige de la información para que prevalezca sobre otros derechos, es una aportación de

la jurisprudencia constitucional, porque el art. 20. 1 d) sólo exige que la información sea “veraz”.

La consecuencia de este vacío legislativo, que referido a la información afecta igualmente al sujeto emisor o periodista, permite a los jueces interpretar la norma constitucional según su saber leer y entender y con sometimiento a las normas de la serena crítica. De ahí que cuando, de forma genérica, hay dos derechos fundamentales en litigio, los propios de la persona –honor, intimidad e imagen– y los singulares de la información –emitir y recibir–, los órganos judiciales tengan tasado por ley orgánica el ámbito de protección de los primeros, pero no así los propios de la información. Es, por ejemplo y salvando las distancias propias de su caracterización legal, si en un asunto sobre desahucio de una vivienda en alquiler estuvieran matizados los derechos del arrendador pero no los del arrendatario, o a la inversa. El litigio sería formalmente desigual.

Existe, por tanto, una llamativa carencia legal sobre los derechos fundamentales que tan pomposamente reconoce y protege el citado art. 20.1.d) de la CE que, al menos, afecta a cuatro aspectos fundamentales: naturaleza, contenido, sujetos y finalidad o función social de los mismos.

Como ejemplo de la situación descrita valgan tres sentencias dictadas por la Sala de lo Civil del Tribunal Supremo entre los días 14 y 28 de

noviembre de 2008, que tienen en común el que enfrentan derechos fundamentales del art. 20.1 a) y b) con, también, derechos fundamentales del art. 18.1. Los hechos de que traen causa las tres son similares, personas –tres mujeres y un varón– de proyección pública fueron fotografiadas sin su conocimiento o consentimiento en sendas playas públicas, y tales imágenes, que las reflejaba desnudas, o semidesnudas, difundidas en la misma revista. Con distintos magistrados ponentes, en la primera se declara que no existe intromisión ilegítima por ser la persona de proyección pública y haber sido captada su imagen en una playa, lugar público y abierto al público; en las otras dos sí se reconoce, por el contrario, la existencia de una intromisión ilegítima. El contenido esencial, y en parte literal, de dichas sentencias es el siguiente:

A) La primera, nº 1.050/2008, trae causa de un recurso interpuesto contra la sentencia de la Audiencia Provincial que, en apelación, confirmó la condena de la compañía mercantil editora del semanario y del director de la publicación por una “intromisión ilegítima en el derecho a la intimidad y a la propia imagen de la demandante”, una conocida modelo española, de pasarela y fotográfica, de fama internacional (*top model*), por haberse publicado en un ejemplar de la revista correspondiente al mes de abril de 1999 un reportaje ilustrado con varias fotografías de la referida

modelo tomadas o captadas sin su conocimiento mientras se encontraba en una playa de Jamaica por razones ajenas a su actividad profesional, “sin la pieza superior del biquini y en compañía de su novio, sobrino carnal de SM el Rey”. La sentencia de primera instancia, tras declarar que la playa en que se encontraba la demandante era un “lugar público”, fundó su pronunciamiento condenatorio en la “falta de consentimiento de la afectada y en el ánimo de lucro que presidió la publicación de las imágenes, elemento este último que suponía una intromisión ilegítima y que, por tanto, no permitiría amparar dicha publicación en ninguna de las excepciones del apdo. 2 del art. 8 de la LO 1/82. (“En particular, el derecho a la propia imagen no impedirá: a) Su captación, reproducción o publicación por cualquier medio, cuando se trate de personas que ejerzan un cargo público o una profesión de notoriedad o proyección pública y la imagen se capte durante un acto público o en lugares abiertos al público; b) La utilización de la caricatura de dichas personas, de acuerdo con el uso social; y c) La información gráfica sobre un suceso o acaecimiento público cuando la imagen de una persona determinada aparezca como meramente accesoria”).

Interpuesto recurso de apelación contra dicha sentencia, la Audiencia Provincial lo desestimó, confirmando la sentencia apelada, “porque la com-



Tanto en la jurisprudencia del Supremo como en la doctrina del Tribunal Constitucional se ha procurado deslindar el derecho a la propia imagen como derecho fundamental del derecho de toda persona a la explotación económica, comercial o publicitaria de la propia imagen

pra del reportaje fotográfico objeto del procedimiento y su posterior publicación, no respondieron al propósito de ejercer el derecho fundamental de información, sino a una finalidad puramente comercial o crematística, vulnerando con ello el derecho que ostenta toda persona, cuente o no con proyección pública, a impedir que se comercialice con su imagen”. Tal sentencia fue recurrida en casación por la empresa editora y el director de la revista ante el Tribunal Supremo, por tres motivos, a saber:

1º. Persona de proyección pública que se encuentra en un lugar abierto al público. El TS estima el motivo, por considerar que la playa en cuestión

era un lugar abierto al público, comprendido por tanto entre los que contempla la citada excepción del art. 8.2. Por otro lado, “nunca se ha discutido la profesión de notoriedad o proyección pública de la demandante, una modelo española de fama internacional, perteneciente al selecto grupo de las conocidas como *top model*. También ha de resaltarse que en las fotografías la demandante y su acompañante no aparecen en actitudes que revelen momentos íntimos de su vida privada, sino en las habituales de cualquier pareja en un día de playa”. Finalmente, “el entorno que muestran las fotografías no es el de un espacio reservado, apartado o recóndito, buscado precisamente para preservar la intimidad o determinados aspectos de la imagen, sino el normal o habitual de cualquier playa próxima a un hotel. No se dan las circunstancias valoradas por la jurisprudencia de esta Sala para considerar ilícita la publicación de imágenes playeras de personas de notoriedad o proyección pública en lugares públicos”.

2º. Ánimo de lucro. Fundado en infracción del art. 20 de la Constitución en relación con el art. 7.6 LO 1/82 (“tendrán la consideración de intromisiones ilegítimas en el ámbito de protección delimitado por la Ley: 6. La utilización del nombre, de la voz o de la imagen de una persona para fines publicitarios, comerciales o de naturaleza análoga”), el TS concluye “que también procede estimar-

lo, porque de ningún modo puede compartirse el juicio del Tribunal sentenciador de que las imágenes de la demandante se utilizaran para fines publicitarios, comerciales o de naturaleza análoga”. Tanto en la jurisprudencia de esta Sala como en la doctrina del Tribunal Constitucional se ha procurado deslindar el derecho a la propia imagen como derecho fundamental o con dimensión constitucional del derecho de toda persona a la explotación económica, comercial o publicitaria de la propia imagen, de suerte que si bien este último derecho también está protegido por la LO 1/82 no lo sería como derecho fundamental. Pues bien, sin desconocer las dificultades que esta doble dimensión comporta, lo cierto es que no puede confundirse el legítimo objetivo de obtener beneficios económicos, propio de cualquier actividad mercantil y, por tanto, también de las empresas de comunicación, con los fines publicitarios, comerciales o análogos a que se refiere el art. 7.6 LO 1/82. De ser así, resultaría que cualquier información ilustrada con imágenes incontinentadas de una persona de proyección o notoriedad pública en un lugar público nunca podría ampararse en el art. 8.2 a) LO 1/82, a no ser que la empresa titular del medio informativo excluyera totalmente de sus objetivos el beneficio económico, algo difícilmente imaginable en sociedades anónimas editoras, como es la

codemandada-recurrente, desde el momento en que el art. 1-2º del Código de Comercio considera comerciantes a las compañías mercantiles”.

Así las cosas, “las imágenes enjuiciadas no son encuadrables en el art. 7.6 LO 1/82, normalmente reservado a imágenes consentidas en su captación pero sin consentimiento simultáneo o posterior para su publicación, o bien a imágenes in consentidas también en su captación pero de personas sin relevancia pública alguna, pues no son fines publicitarios, comerciales o de naturaleza análoga los consistentes en obtener beneficios económicos mediante el ejercicio de la actividad mercantil propia de la empresa titular de un medio informativo, en este caso un semanario de información general”.

En consecuencia, la sentencia recurrida “infringió el art. 20.1.a) (sic) de la Constitución, en relación con el art. 7.6 LO 1/82, porque el derecho constitucional a comunicar libremente información veraz no desaparece ni se debilita por la circunstancia de que mediante la transmisión de la información se obtengan beneficios económicos, como parece consustancial a toda empresa del sector, ni por el hecho, también consustancial al mundo de la información, de que una primicia o exclusiva aumente la tirada o la audiencia y, por tanto, también los beneficios económicos de la empresa titular del medio”.

3º. Interés informativo. Cuestión

Que los medios no dedicados estrictamente a la información política, científica, cultural o económica sólo pudieran publicar imágenes consentidas por sus protagonistas, no resulta compatible con la excepción que contempla el art. 8.2 a) LO 1/82

distinta –interpreta el TS– es que las imágenes enjuiciadas tuvieran o no un interés informativo protegible con arreglo al art. 20.1 a) de la Constitución. “Pero también a este punto debe darse una respuesta afirmativa, porque si se admite que no toda información tiene que ser necesariamente política, económica, científica o cultural sino que también existe el género más frívolo de la información de espectáculo o de entretenimiento, algo por demás notorio, habrá de concluirse que ‘las imágenes enjuiciadas, de una modelo española de fama internacional acompañada de un sobrino carnal de SM el Rey, tenían un indudable interés

informativo que cuadraba al tipo de semanario en que se publicaron, y además un valor informativo propio en cuanto reforzaban la veracidad de la información transmitida en el texto del reportaje'. Entender lo contrario, en suma, equivaldría a que los medios no dedicados estrictamente a la información política, científica, cultural o económica sólo pudieran publicar imágenes consentidas por sus protagonistas, lo cual no resulta compatible con la excepción que contempla el art. 8.2 a) LO 1/82 ni tampoco con la relevancia que la propia Ley Orgánica atribuye a los usos sociales para delimitar la protección civil del honor, la intimidad y la propia imagen”.

B) La segunda sentencia, nº 1.106/2008, se interpone contra la dictada por la Audiencia Provincial, que estimó la que en su día pronunciara el Juzgado de 1ª Instancia, por considerar que se había producido una lesión en el derecho a la imagen de una conocida actriz, escritora y periodista a causa de la publicación en la portada de una revista –agosto de 1994– de la fotografía de la misma desnuda, y “en las páginas interiores publica un amplio reportaje fotográfico con un breve e insulso texto escrito, en él se hallan una serie de fotografías de ésta, totalmente desnuda, obtenidas sin conocimiento ni consentimiento, con teleobjetivo, en una playa nudista”. Aquí se da una peculiar circunstancia, la reclaman-

te alega intromisión ilegítima en su imagen, sin hacer referencia alguna al derecho a la intimidad; sin embargo, la sentencia de instancia afirma que se ha vulnerado el derecho a la intimidad y a la propia imagen. Y la sentencia de la Audiencia Provincial se centra en la intimidad no alegada, y afirma que “no parece que pueda reputar su intimidad mancillada quien, como la accionante, tuvo a bien exponer su cuerpo desnudo en una playa que, aunque frecuentada por nudistas, en su condición de pública, no controla ni impide su acceso a quienes no lo sean, soslayando así la exponente con su conducta cualquier privacidad al hacer posible la contemplación de su figura desnuda por cualquiera que por allí transitara en aquella fecha concreta, lo que en definitiva comporta rechazar la captación de su repetido desnudo como supuesta vulneración de su derecho a la intimidad, que además no tiene acomodo en ninguno de los cuatro primeros supuestos del artículo 7 de la Ley Orgánica 1/1982, de 5 de mayo”, rebajando así la Audiencia el importe de la indemnización por daño moral acordada en primera instancia, motivo alegado por la reclamante para interponer el recurso de casación ante el TS. Dicha sentencia no fue recurrida por la empresa mercantil ni por el director de la revista. La cuestión aquí se centra en la difusión de unas fotografías de persona de proyección pública sin su

consentimiento en la playa, lugar público. En cuanto al carácter de la persona y del lugar el asunto no es cuestionable, y todo se reduce a plantear si hubo o no consentimiento, y al demostrarse la falta de éste, el TS estima el recurso, fundamentado tal postura en varias sentencias del Tribunal Constitucional que recogen que el derecho a la propia imagen no es un derecho absoluto, y buena prueba de ello es el artículo 8.2.a) de la Ley Orgánica ya calendada, aceptando la indemnización por daños morales que había determinado la Juez de 1ª Instancia, pero que para que se origine la pacífica difusión de la imagen es necesario el consentimiento de la persona afectada. En la resolución del Supremo no hay referencia alguna al art. 20.1.d).

C) La tercera sentencia, nº 1.144/2008, se interpone contra la dictada por la Audiencia Provincial que rechazó la que en su día pronunciara el Juzgado de 1ª Instancia estimando la demanda planteada por los denunciantes contra la revista, su director y el redactor por intromisión ilegítima en su derecho al honor, a causa de la difusión de unas fotografías, en agosto de 1998, en las que ambos –pareja– aparecían totalmente desnudos en una playa. La entidad mercantil titular de la revista, y los co-demandados formularon recurso ante la Audiencia que revocó la sentencia de instancia y desestimó la demanda original tras razonar en el sen-

Con la protección constitucional de la imagen se preserva no sólo el poder de decisión sobre los fines a los que hayan de aplicarse las manifestaciones de la persona a través de la imagen, sino también una esfera personal y, en este sentido, privada, de libre determinación

tido de que ambos demandantes son personas de evidente y reconocida proyección pública; y que el lugar en el que fueron tomadas las fotografías es claramente un lugar público. Decía la Audiencia que “una playa salvo que sea de nudistas, circunstancia que por su destino le confiere una cierta privacidad digna de protección, nunca puede ser considerada un lugar privado por más que su ubicación tenga un difícil acceso y sea poco frecuentada, pues estas circunstancias no son condicionantes y determinantes de la intimidad personal, de manera que en lugares públicos cualquier personaje público está expuesto a que su imagen pueda ser to-

mada y luego reproducida en cualquier medio informativo”. Los demandantes de casación fundamentaron su *petitium* en dos cuestiones:

1º La playa como lugar público. El Tribunal Supremo rechaza la interpretación de la Audiencia que venía a estimar que el derecho a la imagen de los recurrentes no resulta en el caso merecedor de protección por el hecho de que las fotografías fueran captadas en un “lugar abierto al público”, por considerar que “la interpretación que ha de merecer la excepción de hallarse la persona fotografiada en un lugar abierto al público ha de ser finalista y no meramente literal, como parece sustentar la Audiencia en su sentencia hoy recurrida. A este respecto no cabe entender como lugar abierto al público todo aquel al que cualquier persona pueda tener acceso en un momento determinado –como, en este caso, una playa recóndita–, sino el que resulta de uso normal por una generalidad de personas que acceden a él fuera del ámbito estricto de su vida privada y que comporta que, en tal supuesto, la persona pública, despojada en tal caso de su derecho a disponer de la propia imagen, haya de soportar simplemente las molestias que pueda causarle la captación y reproducción de su figura física sin su consentimiento pero no, desde luego, el daño notorio causado por situaciones como la enjuiciada que, además, en absoluto, guardaría pro-

porción alguna con un supuesto interés informativo de muy difícil justificación en el caso presente”.

2º. Derecho a la propia imagen. Señala el Tribunal, rechazando la interpretación dada por la Audiencia, que “éste se configura como un derecho de la personalidad derivado de la dignidad humana y dirigido a proteger la dimensión moral de las personas, que atribuye a su titular un derecho a determinar la información gráfica generada por sus rasgos físicos personales que puede tener difusión pública. La facultad otorgada por este derecho, en tanto que derecho fundamental, consiste en esencia en impedir la obtención, reproducción o publicación de la propia imagen por parte de un tercero no autorizado, sea cual sea la finalidad –informativa, comercial, científica, cultural etc.– perseguida por quien la capta o difunde. Con la protección constitucional de la imagen se preserva no sólo el poder de decisión sobre los fines a los que hayan de aplicarse las manifestaciones de la persona a través de la imagen, sino también una esfera personal y, en este sentido, privada, de libre determinación; en suma, se preserva el valor fundamental de la dignidad humana. Se pretende con este derecho que los individuos puedan decidir qué aspectos de su persona desean preservar de la difusión pública, con el objetivo de garantizar un ámbito privativo para el desarrollo de la propia personali-

dad ajeno a cualquier injerencia externa. El derecho a la propia imagen, como cualquier otro derecho, no es un derecho absoluto, su contenido se encuentra delimitado por el de otros derechos y bienes constitucionales. La determinación de estos límites debe efectuarse tomando en consideración la dimensión teleológica del derecho y por esta razón debe salvaguardarse el interés de la persona en evitar la captación o difusión de su imagen sin su autorización o sin que existan circunstancias que legitimen esa intromisión. Como ocurre cuando la propia –y previa– conducta de aquel o las circunstancias en las que se encuentre inmerso justifiquen el descenso de las barreras de reserva para que prevalezca el interés ajeno o el público que puedan colisionar con aquel”. Razones éstas por las que se rechaza también el motivo alegado.

Con independencia de otras cuestiones, tales como el tiempo transcurrido para la resolución de los litigios –entre 9 y 14 años–, a pesar de que por la importancia de los derechos fundamentales en juego la Constitución dispone que la tutela judicial será tramitada por un procedimiento baso en los principios de preferencia y sumariedad (art. 53.2), y con la cautela necesaria de la firmeza de estas resoluciones que pueden ser recurridas en amparo ante el Tribunal Constitucional y, en su caso, el Tribunal Europeo de Derechos Humanos, es lo cierto que las cuestiones referidas



El derecho a la propia imagen, como cualquier otro derecho, no es un derecho absoluto, su contenido se encuentra delimitado por el de otros derechos y bienes constitucionales.

a los derechos fundamentales reconocidos y protegidos en el art. 20. 1 a) y d) tan sólo se han valorado, frente a los derechos que garantiza el art. 18.1, en la STS 1.050/2008, con el resultado de la prevalencia de la libertad de comunicación. En las otras dos, la norma objeto de estudio, interpretación y aplicación es la Ley 1/1982, de Protección Civil al Honor, que desarrolla el susodicho art. 18.1 de la CE, no siendo posible ni el estudio, aplicación o interpretación de ley alguna referida a las libertades del art. 20.1 a) y d) por, y a pesar de la protección que anuncia el precepto constitucional, no existir en nuestro ordenamiento jurídico. ♦

# Prensa, credulidad y 'preriodismo'

Los que estudian los medios de comunicación (y los que los hacen) son conscientes de que la primera, obvia y brutal barrera para contar las cosas “tal y como son” está en las limitaciones de espacio y tiempo, para contar en 1.000 palabras de una pieza escrita, o en 90 segundos –con suerte tres minutos– de una pieza radiofónica o televisiva, la información relevante sobre cualquier acontecimiento de mediana importancia. A esto habría que añadir, claro, las limitaciones de espacio y tiempo para recopilar los datos con los que se construyen las piezas. Tanto unas como otras dificultan la tarea del periodista, obligando a recortar, simplificar y reducir a una

mínima expresión historias que en principio parecerían requerir más tiempo o espacio. La doble maldición de la brevedad y de la premura pesa así sobre las cabezas de los periodistas, de manera consustancial a su trabajo, y podría decirse que tal vez una gran parte del aprendizaje de la profesión consista precisamente en desarrollarla, contando con gran concisión historias comprensibles, con todos los elementos clave, elaboradas a la carrera.

Esta doble presión está en el origen también de algunos de los vicios más conocidos de las redacciones. Uno de los más patentes es el llamado *periodismo de declaraciones*: basta que un personaje público de

**Josu Mezo** es profesor de la Universidad de Castilla-La Mancha y editor de *malaprensa.com* (editor@malaprensa.com).

cierta notoriedad diga algo medio-relevante para que se convierta en noticia. Para el periodista apremiado (es decir, para todo periodista), la declaración es un regalo al que es difícil resistirse. Prácticamente, no hay que hacer nada. La noticia “habla por sí misma” (nunca mejor dicho). La degeneración de esta práctica se produce cuando el mandamás de turno ni siquiera ha dicho nada levemente novedoso, sino que ha repetido algo ya archisabido, como que piensa qué empresa es estupenda, que su gobierno es magnífico, o que el partido contrario es lo peor. Y, sin embargo, ciertas rutinas periodísticas asumen que si la persona en cuestión ocupa una posición de fama o poder, sus palabras pueden (qué digo pueden, ¡deben!) recibir cobertura como si fueran noticias.

Si las declaraciones son programadas con anterioridad, estamos ya ante la satisfacción plena del periodismo perezoso. Como es viernes, hoy hay rueda de prensa del Consejo de Ministros, y, por tanto, ya tenemos un rato del programa de noticias cubierto; y si es domingo, tenemos mitin del presidente (algo dirá); y si es... cualquier día tenemos la rueda de prensa de los futbolistas del equipo local, que nos dan, entre citas y comentarios, para 10 minutos de programa deportivo (pero eso ya se sale tal vez del periodismo para entrar en el mundo del

espectáculo). Evidencia anecdótica me hace pensar que estas prácticas están más arraigadas en España que en otros países. Por ejemplo, hace unos años un periodista sueco en Israel me contaba que a menudo, cuando charlaba con sus colegas españoles al acabar la jornada y se relataban sus éxitos o fracasos del día (importantes, ya que cobran por pieza), él les confesaba que no había conseguido colocar nada, mientras que los españoles le contaban que ellos sí habían podido publicar una pieza sobre, por ejemplo, las últimas declaraciones de Arafat. “¡Pero si no ha dicho nada nuevo!”, les decía él. “Ya, pero a nuestros periódicos no les importa” era la respuesta satisfecha de los españoles.

## **Hipertrofia de las fuentes**

Tan extendido o más como el periodismo de declaraciones está el periodismo de nota de prensa que satisface las mismas necesidades: contenido rápido y listo para ser publicado sin apenas retoques ni añadidos. Ambos estilos periodísticos son además producto de otra desviación del buen hacer periodístico menos obvia, pero también importante, que es la excesiva confianza en las fuentes, que tal vez podríamos llamar totemización o hipertrofia de las fuentes. Frente a la máxima periodística de que sólo se debe publicar lo avalado por (varias) fuentes fia-

bles, esta desviación consistiría en creer (o actuar como si se creyese) que cualquier declaración o nota de prensa generada por una fuente con autoridad es de por sí una noticia, y por tanto ha de ser publicada (una desviación inversa es la negativa a publicar nada que no venga avalado por una fuente de confianza, aunque el propio periodista pueda comprobar por sus medios si lo que le dice la fuente es o no cierto).

A ello se añade otro fenómeno, que es la creencia de que todo lo que es noticia ha de ser publicado de manera rápida, urgente, porque las noticias, si no se publican rápido, pierden su interés. Pero esto sólo se debería aplicar a algunas noticias: los hechos inesperados o no previstos, o los que a pesar de serlo contienen elementos de incertidumbre y se refieren a verdaderos acontecimientos (resultados de elecciones, de competiciones deportivas, votaciones parlamentarias, cumbres políticas internacionales). Pero una rueda de prensa para presentar un estudio, o un nuevo proyecto de una empresa, no tiene ninguna urgencia. Puede ser publicada hoy o mañana, y el interés para el lector u oyente será básicamente el mismo. Y, sin embargo, una serie de reglas no escritas parecen ordenar, en primer lugar, que la noticia debe salir lo más rápido posible, de forma que el periodista no puede ver el informe y formarse su propio juicio, si-

no que ha de depender de lo que destaquen los que lo presentan, dándoles un magnificado poder para controlar no sólo la agenda, sino el contenido de las noticias; en segundo lugar, que de cada estudio o informe sólo se habla una vez, el día de la presentación, y en particular de los puntos destacados por los propios autores, según su criterio de importancia, en la nota y la rueda de prensa, porque aunque ese informe contenga mucha más información, que podría dar para varias piezas muy jugosas, tras la primera información ha dejado de ser noticia; y en tercer lugar, peor aún, que si no se publica o difunde el día en que se produce la nota o la rueda de prensa (por ejemplo, porque un acontecimiento importante acapare toda la atención de los medios ese día), ya no saldrá. Y así, la rutina voraz del día a día impide que se publiquen potenciales piezas de gran interés, simplemente porque el evento que las generó se produjo un par de días antes, y ya fue reflejado por otros medios. En su lugar, sin embargo, se pueden contar historias mucho menos trascendentes, pero que son del día. Se trata, me temo, de una pérdida considerable de perspectiva sobre las prioridades del público.

Este síndrome de la celeridad, este deseo de difundir todo lo que se cuenta con urgencia, como si fuera una primicia, es probablemente, de

nuevo, una distorsión o exageración de una práctica virtuosa, que es la de contar al público las noticias tan pronto como es posible, y a poder ser antes que la competencia. Precisamente una de las cosas que me ha llamado la atención en mi relación con periodistas en los últimos años, y que como lector tal vez no imaginaba, es la, a mi juicio, desmesurada atención que prestan a lo que hacen los medios competidores. El ritual diario de leer al llegar a la redacción los demás periódicos, para ver qué han contado, en qué posición, con qué longitud, se traslada a la constante monitorización de los programas de noticias ajenos, o sobre todo de las páginas web. Y la suposición de que los lectores hacen lo mismo (no con los periódicos en papel, pero sí tal vez en Internet) refuerza el deseo de primar la velocidad sobre la calidad o la profundidad de los contenidos.

La excesiva confianza en las fuentes con autoridad como origen de noticias tiene otros efectos perniciosos derivados, cuando se extiende no ya a expresión de opiniones, sino a los hechos mismos. Ve-

La excesiva confianza en las fuentes con autoridad como origen de noticias tiene efectos perniciosos derivados, cuando se extiende no ya a expresión de opiniones, sino a los hechos mismos

amos algunos ejemplos. No es infrecuente que los relatos policiales de las fechorías de los detenidos sean tomadas a pies juntillas por los medios de comunicación, que los reproducen sin mayores cautelas, y a menudo olvidan subrayar la condición de sospechosos de los detenidos, y presentan lo que son meras acusaciones como hechos ciertos. Es, en cierto modo, comprensible que los cuerpos de seguridad disfruten de una cierta presunción de veracidad, pero hay dos cautelas importantes que no deberían olvidarse. Primera, que como todo profesional, también los policías, guardia civiles, *ertzainas* o *mossos* pueden caer en la tentación de magnificar sus logros, por una mezcla de vanidad personal, deseo de impresionar a sus jefes, o competencia entre cuerpos policiales. Segunda, que en ocasiones es posible contrastar las afirmaciones policiales con otras fuentes de información, o con la mera lógica y las matemáticas.

La credulidad se extiende a veces a los propios sospechosos cuando alardean de la magnitud de sus actividades, de la sofisticación de

sus planes, o del poder de sus redes. Debe de ser un efecto de la absorción en la imaginación popular (y periodística) de los mitos novelescos o cinematográficos sobre los malvados inteligentísimos. El caso más divertido que recuerdo, ya antiguo, fue el relacionado con unas famosas declaraciones de Luis María Anson en 1998 sobre la supuesta conspiración entre periodistas para derribar a Felipe González, en las que hablaba de que aquel grupo había “rozado la estabilidad del propio Estado”. Aparte de lo oscuro de la frase, impropia de un académico, que podemos atribuir a la improvisación del lenguaje oral, o tal vez a la impericia de quien transcribió sus palabras, lo gracioso fue que muchos medios tomaron esa confesión como prueba suficiente de que efectivamente aquella conjura había realizado actividades inconfesables o ilícitas. No hay que olvidar que entre los malos de las películas no hay sólo grandes estrategias. También hay muchos fanfarrones.

Pero la deferencia crédula hacia la palabra de algunas fuentes ungidas de especial autoridad se extiende también hacia el futuro, atribuyéndole un poder taumatúrgico. Esto es lo que sucede en el caso de lo que alguna vez he llamado el *pre-periodismo*, esto es, la conversión del anuncio por una autoridad de una decisión futura (un plan, una ley, un nombramiento) en una noticia que

presenta ese acontecimiento como ya sucedido. Así, por ejemplo, en España, es normal que titulares y noticias den una ley o una medida por aprobada y decidida tres o cuatro veces (cuando el Gobierno la anuncia, cuando el Consejo de Ministros la envía a las Cortes, cuando la aprueba el Congreso, y finalmente cuando la vuelve a aprobar el Senado). Los lectores pueden quedar muy confundidos (“¿pero esto no lo habían aprobado ya?”). Con suerte, si el proceso legislativo acaba bien, la confusión será sólo temporal. Este suele ser el caso en España, donde la férrea disciplina partidaria y los pactos parlamentarios permiten normalmente que los anuncios de los gobiernos se conviertan finalmente en leyes de contenido muy similar o idéntico.

Pero en otros sistemas políticos los resultados de los procesos legislativos suelen ser mucho más inciertos, aumentando enormemente la probabilidad de que una iniciativa del Gobierno no se convierta en ley, o que lo aprobado por una cámara sea rechazado o modificado sustancialmente por la otra. Y, sin embargo, con frecuencia, nuestros medios olvidan esas posibilidades y aplican a otros países la plantilla aprendida en el sistema político español (lo que dice el Gobierno va a misa), con resultados desafortunados. Dos ejemplos ilustran bien esta situación.

El primero es muy visible, pero relativamente intrascendente para nosotros. Se trata de las noticias, abundantísimas en los últimos meses (y siempre muy presentes), sobre la política norteamericana. Su sistema político es sustancialmente distinto al nuestro: los partidos políticos no tienen apenas disciplina interna, y sus representantes y senadores votan libremente lo que les parece; las dos cámaras del Congreso son casi igualmente poderosas y han de ponerse de acuerdo para aprobar una ley; el presidente tiene que negociar con los miembros del Congreso, de su propio partido y del contrario, todas las leyes, aunque también puede vetar las que no le gusten; y muchos de los nombramientos presidenciales, incluidos los de los miembros de su Gabinete (equivalente lejano al Consejo de Ministros) tienen que ser aprobados por el Senado. Y, sin embargo, nuestros medios informan a menudo sobre lo que sucede allí con el patrón de la política española. Y así, por ejemplo, dan por nombrado para un cargo a quien ha sido solamente propuesto, antes de su ratificación por

Más preocupante es que se reproduzcan, como si de cosa hecha se tratase, anuncios de gastos, planes o actividades gubernamentales o empresariales, todavía en estado embrionario

el Senado, lo cual, como acabamos de comprobar con el primer Gabinete del presidente Obama, es claramente precipitado (y todavía, cuando un candidato renuncia a ser nombrado, algunos medios hablan de su dimisión). O dan por aprobada una ley cuando recibe el visto bueno de una de las dos cámaras, lo cual, al contrario que aquí, en absoluto garantiza que sea finalmente aprobada en los mismos términos y en breve plazo.

El segundo ejemplo, mucho más importante porque nos afecta directamente, es el de la Unión Europea, un sistema político peculiar en el que la capacidad legislativa está dividida entre la Comisión Europea (que normalmente escribe los proyectos de legislación) y el Consejo de la Unión Europea (la representación de los gobiernos) y el Parlamento, que son los que finalmente aprueban las directivas y reglamentos, aunque el poder relativo de cada uno de los dos órganos es distinto según el tipo de norma de que se trate. Dada su composición y forma de elección, no hay nada que garantice que el Consejo y el Parlamento es-

tén siempre de acuerdo. Y, sin embargo, nuestros medios se olvidan a menudo de ello y así, por ejemplo, titulan a cuatro columnas que “la UE permite extender la jornada laboral hasta las 65 horas semanales” cuando esa extensión la había aprobado aún sólo el Consejo (y finalmente quedó en nada por la oposición del Parlamento Europeo). El *preriodismo*, en este caso, no tiene simplemente el efecto de anticipar una noticia, sino el mucho más grave de dar por cierta y aprobada una legislación que aún está en trámite. Aún más notorio es el olvido de que todos los cambios en los tratados constitutivos de la Unión, tras su aprobación por el Consejo Europeo (la reunión de jefes de Estado o de Gobierno) han de ser ratificados por los parlamentos de los países miembros, y en algunas ocasiones por referéndum de los ciudadanos. Ni todos los parlamentos ni todas las opiniones públicas son tan dóciles como las españolas, como ya hemos comprobado repetidamente. Y, sin embargo, algunos de los medios más importantes de nuestro país no pudieron resistir la tentación *preriodística* y titularon a toda plana, en junio de 2004, que “Europa ya tiene Constitución”. Aún la estamos esperando.

Pero el *preriodismo* no se extiende sólo a la aprobación de nombramientos o leyes. Se manifiesta también en anuncios más o menos fir-

mes de actividades gubernamentales futuras (obras públicas, ayudas, programas de actuación). El caso más obvio, y tal vez más benigno, porque ya estamos todos curados de espanto, es el anuncio de las fechas en las que estarán terminadas algunas obras públicas especialmente simbólicas (como las líneas de AVE). Más preocupante es que se reproduzcan, como si de cosa hecha se tratase, otros anuncios de gastos, planes o actividades gubernamentales o empresariales, todavía en estado muy embrionario. Y así, leo por ejemplo estos días que el Gobierno “recorta el gasto en 15.000 millones”, marcando con ese presente de indicativo tan rotundo lo que ahora mismo no es más que una idea mal perfilada. Lo mismo se podría aplicar a muchas otras medidas contra la crisis anunciadas en los meses pasados, que se presentan como decisiones tomadas o gastos realizados, cuando no eran más que promesas o ideas muy imprecisas. Lo curioso es que esas listas de acciones están ahí, muy a mano, en los archivos de todos los periódicos, que son ya prácticamente un bien común, disponibles para permitir sabrosos reportajes en los que la prensa dé rienda suelta a otro de sus instintos, el del sabueso vigilante del poder. ¿Hay que esperar a que alguien, tal vez de la oposición, haga una rueda de prensa para poder contar, por ejemplo, cuántos proyectos le-

gislativos anunciados hace medio año “para los próximos seis meses” han sido realmente presentados?

### **Afirmaciones no contrastadas**

Finalmente, la mano ancha con la repetición de afirmaciones no contrastadas de autoridades públicas se produce también, asiduamente, respecto a las consecuencias posibles de las acciones y decisiones gubernamentales. Y así tanto las distintas líneas férreas de alta velocidad, como los aeropuertos, las carreteras, las expos, las sedes de los campeonatos deportivos, las capitalidades culturales, los parques empresariales, los proyectos turísticos, se anuncian siempre con una relación coste-beneficio netamente favorable para la región o la ciudad que los recibe, calculada, vaya por Dios, por las mismas autoridades que están tratando de convencer a la población de la bondad de la propuesta, y sometida casi siempre a un escrutinio muy somero por parte de los medios. Esto es en parte comprensible, porque no siempre está al alcance del periodista de a pie poner en cuestión complejas proyecciones económicas. Pero otras veces es más fácil. Las propias notas de prensa dan pistas para detectar el farol, cuando estiman gastos medios por visitante astronómicos (como los 1.400 euros por persona que estimaba el Ayuntamiento de Sevilla que se dejarían los espectadores de la Copa

Davis, hace unos años), o aplican factores multiplicadores del empleo desorbitados (en Barajas, por ejemplo, se ha llegado a publicar que 42 millones de viajeros anuales generaban 225.000 empleos directos e indirectos; lo que sale a un empleo generado por cada 187 pasajeros transportados). Con un poco de ingenio, una calculadora, y alguna búsqueda por Internet sobre los efectos reales medidos en otros lugares, se podría destapar algún que otro *bluf* sin demasiada dificultad. Más complicado es imaginar ex-ante los déficit de ejecución de leyes como las de la dependencia o la violencia de género. Pero sí sería al menos deseable trasladar al público desde el principio el escepticismo sobre las promesas, y estar muy pendientes de todos los indicios de incumplimientos.

En fin, todos sabemos que los poderosos cuentan por su propio cargo con plataformas privilegiadas para trasladar a la opinión pública sus puntos de vista. Es parte del juego político de una democracia, y es lógico que así sea. Pero sería bueno que los medios estuvieran siempre alerta para no hacerles la tarea demasiado fácil. La clásica pregunta “usted cómo lo sabe” serviría en muchos casos para desmontar milongas. También es parte del juego que los que mandan sientan en sus cuellos el aliento de la opinión pública vigilante y eso no puede suceder si los medios no ponen todo su empeño en ello. 

## La revista de prensa se transforma y crece en la Red

Robin Good pronosticaba a principios de este año que el *newsmastering* será uno de los distintivos de las novedades periodísticas en 2009. Para este experto en nuevos medios un *newsmaster* es un periodista digital que se encarga de seleccionar los artículos más interesantes que rastrea por la Red para servirlo a continuación en forma de alerta de noticias, siempre con enlace al medio original. No es ni más ni menos que una versión evolucionada de la revista de prensa tradicional o una transposición del *zapping* televisivo al periodismo digital.

Parece que Good ha acertado; ya han aparecido en España dos importantes ejemplos de esta forma de servir la información aún poco utilizada en nuestro entorno: la sec-

ción *Hagoclic.com* de *La Vanguardia*, una selección diaria de enlaces de actualidad, y *El Selector* de *Soitu.es*, con lo más interesante de lo que aparece en la Red.

Además, *Lainformación.com*, un medio dedicado exclusivamente a la agregación de noticias está a punto de ver la luz. Detrás de este proyecto está Mario Tascón, ex director de la edición digital de *El País*, apoyado financieramente por un grupo de ex directivos de Recoletos.

*Lainformación.com* quiere convertirse en el medio digital de referencia en la red de habla hispana. Y para ello echará manos del *newsmastering*. El planteamiento inicial del medio resulta novedoso en nuestro entorno: acudir a las fuentes mediante procesos mecanizados por programas informáticos, pues éstos simplifican y hacen más eficiente el proceso informativo.

Los robots informáticos suponen un paso importante en la actualiza-

**Félix Bahón** es periodista, profesor de Periodismo Digital en la Universidad Carlos III de Madrid y bloguero ([www.felixbahon.com](http://www.felixbahon.com)).

ción de los datos, pues se trata de máquinas que aprenden, gracias a la intervención de expertos y pueden desarrollar el pesadísimo trabajo de recopilación y estructuración de la información. Los periodistas se enfrentarán así con tres tipos de contenidos: por una parte, con los elaborados por profesionales y, por otra, con los producidos por los internautas no profesionales y los generados por máquinas. La liberación de labores básicas que supone este método promete, al menos sobre el papel, más tiempo para investigar, profundizar en las historias y presentárselas ordenadas al usuario final. La expectativa creada es alta.

El equipo fundador ha dejado reflejada su experiencia diaria en un blog, *233grados.com* (nombre alusivo a la temperatura en la que el papel empieza a arder espontáneamente): “Poco a poco, nos fuimos dando cuenta además de que si conseguíamos enseñar a las máquinas podíamos revolucionar la forma de hacer periodismo en la Red. Ya no iba a hacer falta tener un equipo de periodistas picando teletipos. La actualización sería automática y, por fin, los profesionales podrían dedicarse a buscar noticias. Por otra parte, conseguíamos cumplir uno de nuestros compromisos: practicar el periodismo de enlaces”.

El *newsmastering* ayuda a resolver algunos de los problemas producidos por la sobreabundancia de in-

formación en la Red, donde cantidad no significa calidad. Distinguir lo mejor en el enjambre digital cada vez requiere más tiempo. Es prácticamente imposible estar al tanto de todo. Y, aunque ya existen agregadores automáticos bastante eficientes para filtrar y servir noticias sobre un tema determinado, nadie mejor que un profesional de la información para proporcionar el último acabado. Para Robin Good se conforma un nuevo rol para periodista en internet, el de *news-jockeys*, o *disc-jockeys* de la noticia.

Otra consecuencia del *newsmastering* es que el del medio deja de ser percibido como una unidad. La cabecera pierde peso y deja paso a otra forma de entender el mensaje. Ahora se recibe fragmentado, al estilo del *zapping*, deconstruido por los agregadores de noticias y reconstruido por los usuarios, quienes conforman su propia narrativa.

El periodista está obligado a comprender y manejar estos novedosos ‘contratos de lectura’ porque necesitamos editores y *news-jockeys* que distingan lo importante de lo superficial. En la Red hay mucha información clonada y sólo un especialista distinguirá un buen original de una mala.

Se trata de otra forma novedosa de periodismo basada en los resultados de un algoritmo de búsqueda. En realidad, es una evolución de la tradicional revista de prensa pasa-

das por el tamiz de Internet. Como dice Good, no sirve de nada que los profesionales nieguen el empuje de la tecnología. Tampoco parece razonable intentar competir con la máquina. Ella tiene todas las de ganar cuando se trata de producir en cantidad y en precio. Pero si hablamos de calidad, de imaginación y de visión crítica, el buen periodista seguirá siendo necesario.

Fuente: [www.masternewmedia.org](http://www.masternewmedia.org)

## La BBC mira a otros medios para contar chismes

El periodismo ha sufrido más cambios en los últimos 10 años que en toda la segunda mitad del siglo pasado. Y el proceso continúa acelerado. Un ejemplo de la rapidez con que se desencadenan los acontecimientos en este campo lo acaba de dar la venerada BBC, un medio que marca el camino en todas sus plataformas, no sólo en televisión. Su página web ofrece, en principio a modo de prueba durante tres meses, una aplicación informática (*widget*) para dar cuenta pormenorizada de los rumores que circulan sobre el mercado futbolístico.

Puede sorprender a primera vista la atención de un medio estatal tan serio a chismes y noticias sin

contrastar, aunque se publiquen bajo la coartada de que *lo dijeron otros*. No obstante la novedad no radica aquí, pues *Football Gossip* ya es desde hace tiempo una de las columnas más visitadas de la sección digital de Deportes. Lo más sorprendente de la nueva aplicación, aparte de que la BBC da facilidades para instalarlo como una ventana más en *blogs* ajenos a la cadena, es que incluye artículos de otros medios.

Parece que han escuchado los consejos de Jeff Jarvis, el gurú del periodismo, que predica desde su famoso *blog BuzzMachine* que los periodistas deben dedicarse a lo que saben hacer y enlazar con el resto. Para Jarvis es un error y una sangría de medios económicos y humanos intentar, como han hecho los medios tradicionales durante años, llegar por sí mismos a toda la información en todos los sitios posibles.

Fuentes: <http://news.bbc.co.uk>,  
[www.buzzmachine.com](http://www.buzzmachine.com)

## ¿La falta de innovación es el problema?

Los periodistas nos hemos anquilosado, repetimos esquemas aprendidos hace mucho tiempo y ofrecemos a nuestros lectores y audiencias el mismo producto. Y nada cambia cuando se traslada al escenario de Internet. Esto es algo im-

pensable en cualquier otra industria, pero en periodismo los principios son inamovibles. ¿Tiene que seguir siendo así realmente? El influyente periodista italo-argentino Pablo Mancini se lamenta de ello desde su *blog*: “Se nos pide lo mismo que hace 50 años, pedimos lo mismo que hace 60 y ofrecemos lo mismo que hace 100”, afirma.

Son muy pocas las cabeceras que aportan novedades. Mancini señala que esta inmovilidad de medios y profesionales es lo que hace que destaquen experiencias de ‘nuevo periodismo’ como la Interactive Newsroom Technologies del *New York Times*, un laboratorio de ideas que reúne a un grupo de profesionales muy relacionados con las nuevas tecnologías y que ha dado como resultado algunas interesantes herramientas de visualización *online* de datos. Una de las más celebradas es la que ofrece información casi al minuto sobre la labor de los legisladores estadounidenses en ambas cámaras. Los votos de cada diputado y senador aparecen en pantalla junto a mucha información adicional y la historia general de las votaciones realizadas en los últimos años.

Mancini lo considera un servicio de transparencia informativa desconocido hasta el momento y una demostración de cintura en un momento en el que se necesita innovar y dar soluciones diferentes.

Fuente: [www.amphibia.com.ar/](http://www.amphibia.com.ar/)

## Un concepto novedoso de gratuito

Pese a los agoreros, no será fácil decirle adiós al papel. Los nuevos sistemas de impresión facilitan propuestas tan sorprendentes como la de convertir en un semanario gratuito las entradas de diversos *blogs*. *The Printed Blog (El blog impreso)* es el nombre de la cabecera que acaba de nacer en Nueva York y, durante algún tiempo, se concentrará sólo en los barrios de esta ciudad. Más adelante tiene previsto expandirse por Chicago y San Francisco.

Se trata de un proyecto modesto, pero sorprendente en su concepto y en su diseño, más cercano al aspecto que ofrecen los *blogs* en la pantalla de ordenador que al de un diario tradicional. Con una reducida tirada de 2.600 copias, el contenido se presenta en cuatro páginas de formato tabloide a dos columnas. Su configuración es tan sencilla que le permite prescindir de los grandes gastos de producción y minimizar los de edición y distribución.

Trescientos *blogueros*, algunos muy conocidos en Estados Unidos, como Daily Kos, y otros muy centrados en la información hiperlocal, y por tanto con información privilegiada y de primera mano, prestarán los contenidos que publican en la Red a cambio de una

participación en los beneficios publicitarios.

El *New York Times* informa de que la primera edición del semanario ha contado con 15 anunciantes. Con el fin de evitar los gastos en grandes imprentas, son los propios distribuidores quienes imprimen en sus casas los ejemplares y lo reparten en barrios predeterminados de las grandes ciudades. El coste por página se calcula que rondará los 22-35 centavos de dólar.

Sin duda, una vía inexplorada para emprendedores con pocos recursos y muchas ganas de publicar revistas, boletines y periódicos locales.

Fuente: [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com)

## ¿Y si desaparece la sección de Deportes del diario?

Desde el 14 de febrero, *Financial Times* ha dejado de publicar información sobre deportes. En realidad la sección ya había sufrido un gran recorte en abril de 2007, cuando quedó reducida a una página y relegada a la edición del sábado. No obstante, la medida plantea algunas reflexiones. Una sección de deportes supone un gasto importante en personal, equipos sofisticados, viajes, cierres retrasados y cam-

bios de páginas a última hora, como declara el propio diario en el aviso de cierre. Se entiende que el deporte resulta superfluo en una cabecera de ámbito financiero, algo que no casa con la filosofía del *back to basics* (retorno a lo básico) que predica *Financial Times* en sus páginas. Lo esencial como fórmula para afrontar la crisis.

A raíz de esta noticia, el *blog Paper Papers* se plantea el sentido de la sección de Deportes en un medio impreso generalista. Incluso va más allá y se atreve a preguntarse qué sucedería si los diarios no llevaran información deportiva. Al final, su propuesta no es tan drástica como el planteamiento. La conclusión no pide eliminar los deportes en el diario, sino reducirlos a un columnista. Y cuando se trate de un *asunto local* y se tenga la certeza de que ningún otro medio hablará de ella, cubrir esa información, por supuesto. En caso de que le ocurra algo reseñable a un deportista, la solución es llevar la información a otras secciones, como Sociedad o Vida.

Según *Paper Papers*, los lectores que, desencantados, dejen de comprar el periódico regresarán enseñada y, si no, las bajas definitivas serán compensadas por el ahorro. Se trata, sin duda, de un planteamiento extremadamente polémico.

Fuentes: [www.ft.com](http://www.ft.com),  
<http://paperpapers.blogspot.com>

## Twitter como herramienta periodística en emergencias

El ataque terrorista a Bombay y las inundaciones del Sur de Brasil del año pasado marcaron un momento de inflexión en la forma en que el periodismo mira a Twitter, el sistema de *microblogging* que, según un estudio de la empresa de *marketing* en *Internet Hub Spot*, ha crecido un 600% en 2008. El aterrizaje forzoso del avión en el río Hudson ha supuesto este año la confirmación como fenómeno informativo.

Para acercar el tema a quienes aún no lo conozcan, Twitter es una aplicación web cuyo nombre significa gorjeo. En realidad se trata de una mezcla de *blog*, red social y mensajería instantánea que no permite más de 140 palabras por entrada.

Medios como *The New York Times*, *The Guardian*, *Forbes* y CNN han dado cuenta de la gran demostración de que Twitter como herramienta periodística en la tragedia de Bombay el 27 de noviembre pasado. Los mensajes cortos que enviaron los testigos resultaron decisivos para los informadores que no podían acercarse a los muchos puntos en que estallaron bombas. Otros medios sociales, como Flickr y YouTu-

be, que suministraban imágenes, se sumaron al coro informativo. También Wikipedia, donde se compiló y sintetizó la información prácticamente en tiempo real. Mientras, en las televisiones se ofrecían una y otra vez las mismas imágenes y se contaba la misma historia a una audiencia ávida de más información.

También se han oído voces críticas desde los medios contra Twitter. Muchos señalan que se trata de una fuente caótica y absolutamente falta de credibilidad, en la que resulta difícil separar grano y paja. Un usuario que se acerque a Twitter sin conocimiento previo corre el riesgo real de no encontrar lo que busca. Sin embargo, sus partidarios reclaman atención para un fenómeno informativo que no por novedoso y diferente se puede ignorar. Es importante tener fuentes primarias que, en momentos de emergencia, relatan sus impresiones justo desde el punto donde se produce la noticia y están dispuestas, incluso, a aportar fotos y vídeos de lo sucedido.

El blog *Tidbits* del Poynter Institute, uno de los centros de formación de periodistas más prestigiosos del mundo, publicó una guía para seguir los ataques en estos medios sociales. Gracias al servicio de mapas de Google se podían observar los puntos de la ciudad atacados, con la ubicación exacta de monumentos y edificios señalados, se

mostraban enlaces a las noticias y relatos de testigos oculares.

En realidad, no se trató de un fracaso del periodismo tradicional, sino de un éxito de las redes sociales. Una legión de informadores ocasionales aportando información de desigual interés es algo a lo que el periodista profesional no está aún acostumbrado.

Las inundaciones del Sur de Brasil, con más de un centenar de desaparecidos y 2.000 desplazados, volvieron a demostrar la utilidad de esta herramienta en situaciones de crisis. Los afectados de la ciudad de Santa Catarina iban narrando los destrozos del agua y, a la vez, colgaron vídeos en YouTube. Flickr fue, de nuevo, un buen banco para las imágenes de la tragedia.

También utilizaron Twitter, desde donde se esforzaron por dar a conocer las zonas de mayor riesgo, especialmente barrancos, donde se produjeron la mayor cantidad de víctimas. Los periodistas no podían acceder a la zona, pero contaron una vez más con la información directa de los afectados.

Los últimos accidentes aéreos han dado más pruebas y argumentos para el debate. El 20 de diciembre, Mike Wilson escribió en su móvil y colgó en Twitter: “Mierda, acabo de tener un accidente aéreo”. Viajaba como pasajero en el Boeing 737-5000 del vuelo 1404 de Continental estrellado en Denver (Colorado).

La foto del avión sobre el río Hudson el 16 de enero pasado salió también de Twitter. Janis Krums, la colgó desde su iPhone 34 minutos después del amerizaje forzoso. Junto a la imagen puede leerse su mensaje: “Hay un avión en el Hudson. Estoy en el *ferry* que va a recoger a la gente. Una locura.”

El interés suscitado entre periodistas es tal que se ha acaba de crearse *ReportingOn*, un servicio de *microblogging* en el que se reúnen exclusivamente periodistas, y que ya cuenta con más de 1.000 miembros registrados. El auspicio de la Universidad de Tejas, a través del Knight Center para el Periodismo, ha permitido traducir al español las preguntas más frecuentes y permitirá desarrollar más funcionalidades de la página, que aún se encuentra en fase de prueba. La pregunta principal, que en Twitter es ¿qué haces?, aquí se convierte en ¿sobre qué estás escribiendo?

En Estados Unidos, Twitter se ha convertido además en la plataforma favorita de los jóvenes periodistas. Es una vía para obtener pistas y primicias informativas en el ámbito político, hasta ahora reservado exclusivamente a columnistas estrella con acceso privilegiado a ciertos despachos.

Fuentes:

Poynter.org, [www.alleyinsider.com](http://www.alleyinsider.com),  
<http://reportingon.com>

## La información local, un futuro lleno de riesgos

El *Wall Street Journal* informa de que al menos tres de los diez grandes periódicos estadounidenses se hallan en procesos de crear alianzas con el fin de reestructurar sus secciones de noticias internacionales y, en algunos casos, las de nacionales. Para ello, recurren a la externalización de dichas secciones. Se trata de una estrategia dirigida a potenciar los contenidos locales, una tendencia importantísima y a tener en cuenta en Internet. “La información local es más barata y más difícil de duplicar en Internet”, explica Russel Adams, autor de la información.

Por su parte, Maureen Down, conocida columnista del *New York Times*, revela que un medio digital californiano, el *Pasadena Now*, ha despedido a sus siete empleados para reemplazarlos por seis trabajadores indios. Según James McPherson, director de la página web, “son más baratos”. Ha utilizado el más puro estilo de deslocalización que ya habíamos visto en los *call centers* de las empresas de telefonía.

El tono de Down ha sobresaltado a muchos, pues dibuja a James McPherson como un pionero que se adelanta a su tiempo para mostrar el camino a otros. Para la popular columnista del *Times*, hablar con el edi-

tor ha sido como “visitar el futuro” del periodismo, que mira hacia el fenómeno *glocal* (término que reúne lo global y lo local). ¿Habla de periodismo o de soluciones empresariales?

La deslocalización es una discutida forma de sacar partido a la globalización y a los avances tecnológicos, como señala Down. El riesgo es que la depauperada industria de los medios tome nota de lo que cobra un periodista en la India, 7,5 dólares por cada 1.000 palabras. Muy poco si se compara con los 600-800 dólares semanales que recibían los redactores despedidos del *Pasadena Now*.

Los reporteros indios, contratados a través de anuncios en Internet, utilizan la red para estar en contacto con las autoridades locales de Pasadena, situada a 10.000 kilómetros de su residencia. El correo electrónico les sirve para recibir notas de prensa y entrevistar a celebridades californianas.

El diario *Metro*, que se hizo eco de lo publicado en NYT, refleja el miedo de los periodistas americanos, que miran con temor el experimento del *Pasadena Now*. El gratuito se pregunta si puede convertirse en tendencia, trasladarse a España y contratar periodistas latinoamericanos.

Los cambios que se están produciendo en la información en los medios estadounidenses preocupan –y mucho– a los analistas en comunicación. La *American Journalism Review* ha publicado una nota en la que aler-

ta sobre la desaparición de los reporteros que tradicionalmente cubrían las noticias de política nacional estadounidense. Son “una especie en extinción”, dice mientras se extraña por la escasa cobertura que se ha dado a la toma de posesión del nuevo presidente Obama. Había menos reporteros que en la transición Clinton-Bush. Sin embargo, la repercusión que esos mismos medios han dado al evento ha sido mayor.

Que un sector tan competitivo como es el de la prensa en Estados Unidos esté redoblando su atención en las noticias de proximidad y afloje en otras secciones es algo que no puede pasar inadvertido. La persistente caída de ingresos publicitarios y la huida de lectores hacia Internet, donde pueden informarse gratis, pueden explicar muchas decisiones. No obstante, ningún estudio muestra que el interés por las secciones de política estatal o federal haya decrecido.

Fuentes: [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com),  
[www.diariometro.es](http://www.diariometro.es),  
<http://online.wsj.com>, [www.ajr.org](http://www.ajr.org)

## **‘Global Post’ se empeña en la información internacional**

El lanzamiento de *Global Post*, un servicio gratuito de noticias en Inter-

net que cubre la información exterior, se produce en este contexto de recortes por parte de los medios estadounidenses de sus coberturas en el exterior.

*Global Post* quiere complementar sus ingresos con la venta de noticias a los periódicos. No se trata de aparecer como una nueva competencia para las agencias, sino como un complemento de la información que ellas ofrecen. Sus promotores creen que el ciudadano estadounidense medio está más interesado en las noticias internacionales de lo que creen los medios, por lo que es preciso prestarles más atención. El Knigh Center de la Universidad de Tejas señala que algunos analistas cuestionan el razonamiento. Es extraño que los mismos diarios que han recortado su personal para sobrevivir entre apuros económicos sean capaces de costear un nuevo servicio de noticias. Por eso observa la faceta de servicio gratuito de noticias.

Además, en esta ocasión, la Red aparece como destino final para profesionales con experiencia, porque muchos de los 65 corresponsales de *Global Post* son ex periodistas del diario *New York Times*, el semanario *Newsweek*, la cadena CNN y otros importantes medios estadounidenses. Tendrán participación accionarial en la empresa, trabajarán distribuidos en 45 países estarán coordinados con las 15 personas de la sede de Boston (noreste de Estados Unidos).

Aunque, en principio, todos los contenidos son gratuitos, habrá una categoría *premium* por la que habrá que pagar 199 dólares anuales.

Fuente: <http://knightcenter.utexas.edu>

## En 'Spot Us', los ciudadanos pagan al reportero

El Center for Media Change es una organización estadounidense sin ánimo de lucro que se ha propuesto como fin el desarrollo del periodismo en la Red. Su última creación es *Spot Us*, una web experimental en la que los usuarios proponen un tema y, una vez que es aprobado, financian la investigación periodística. El trabajo ha de ser realizado por un profesional independiente y la web no puede aceptar publicidad.

El novedoso sistema de pago, bautizado como *crowdfunding* (financiación por las multitudes) es idea de David Cohn, un californiano de 26 años. Se le ocurrió al observar que Barack Obama consiguió batir todos los récords de recaudación gracias a pequeñas donaciones de votantes. También, en el cine hay experiencias paralelas. *Brave New Worlds*, un estudio de Hollywood, busca financiación para sus películas entre los internautas. Cohn piensa que con este sistema se podría redescu-

brir el periodismo de investigación de verdadera calidad, algo que ahora apenas se hace.

El proceso real es el siguiente: un periodista *freelance* propone un tema y establece el precio que cree que debería cobrar por investigar la historia propuesta. Los internautas a los que les gusta la idea hacen una pequeña donación, pero el periodista no se pone manos a la obra hasta que no se ha cubierto la cantidad establecida.

El reportaje pasa por las manos de un grupo de editores profesionales que revisa el texto y las fuentes utilizadas. Hasta que no cumple este requisito no puede ser publicado para que puedan leerlo tanto los internautas que contribuyeron como el resto de los visitantes de *Spot Us*. Cuando el proyecto no alcanza suficiente financiación, se devuelven las aportaciones.

Aparte de la experiencia californiana de *crowdfunding*, ha surgido otra en la Universidad de Kennesaw, en el Estado de Georgia. Allí, el profesor Leonard Witt lleva a cabo una investigación sobre los límites de este tipo de financiación en el periodismo local. Intenta averiguar si una pequeña comunidad de personas unidas por la cercanía o el interés en un mismo tema está dispuesta a financiar un periodismo de calidad. Witt piensa que puede suceder si se les sabe involucrar en el proceso.

El lugar elegido para la investigación es Northfield (Minnesota, EE

UU), donde Bonnie Obremski cubrirá desde este verano toda la información local a partir de julio de 2009 en el *blog LocallyGrownNorthfield.org*.

Tanto el proyecto de Cohn como el de Witt son de información local, aunque los dos consideran que el periodismo financiado directamente por los ciudadanos tiene más posibilidades de éxito en un ámbito geográfico más amplio. La propuesta es un soplo de aire fresco en un escenario en el que la publicidad se retrae. El *crowdfunding* plantea una fórmula válida de financiación al tiempo que conecta con la filosofía participativa que impera en la Red.

El reto es hacer sentir a una audiencia que ahora recibe la información de forma pasiva su implicación en el proceso informativo. “Reinventar otras formas de periodismo de mayor calidad y con bases éticas más sólidas es una oportunidad. Aquí no se trata de salvar a medios de comunicación pasados y muy burocráticos”, afirma Witt.

Fuente:

[www.centerformediachange.com](http://www.centerformediachange.com),

<http://spot.us/>

## Integrar o desintegrar redacciones? Ésa es la cuestión

El *Washington Post* ha renunciado al prestigio que le daba ser el último

de los grandes periódicos de Estados Unidos que mantenía separadas las redacciones de papel y digital. La decisión se ha hecho saber tras la llegada de Marcus Brauchli, el nuevo editor general del periódico, procedente del *Wall Street Journal* donde las dos redacciones también fueron unificadas.

Los más de 200 trabajadores de la edición digital del diario van a efectuar en los próximos meses el simbólico cruce del río Potomac. El río capitalino separaba ambas redacciones. Se inicia así la mudanza desde un local en Arlington (Virginia) hasta la sede de la *redacción del papel*, en la calle 15, en Washington DC, muy cerca de la Casa Blanca.

Frédéric Fillioux analiza en *MondayNote* las cuentas de la empresa y deduce que los números son un problema sólo para la edición impresa, que representa menos de la cuarta parte de la empresa The Washington Post Company, propietaria además de la revista *Newsweek* y de Kaplan Inc., una rentable empresa de servicios educativos.

La edición digital se considera un éxito económico utilizado por los detractores de la integración de redacciones. En el caso del *Washington Post*, el tema se vive como una derrota moral.

Sin embargo, la polémica sobre la convergencia redaccional no la ha desatado en nuestro país la integración del WP, sino la noticia de

que periódicos geográficamente más cercanos han tomados decisiones contrapuestas. Por una parte, *El País* se integra, mientras que *20 Minutos* se desintegra. En ambos casos ha sorprendido la medida.

La web *Periodistasdigitales.es* ha organizado un encuentro de conocidos *ciberperiodistas* españoles para discutir sobre el tema. Por primera vez se han oído altas y claras las voces de periodistas que muestran reticencias a este tipo de convergencia. Ana González, jefa de Local en el periódico *Granada Hoy*, concluye que “la integración es una utopía porque queremos hacer cosas y no sabemos cómo hacerlas. Las empresas necesitan invertir en nuestra formación”.

Pepe Cervera, también periodista y uno de los personajes más influyentes en la *blogosfera* española, es aún más drástico. En ese mismo encuentro, firma un artículo en el que deja clara su posición: “No hay integración buena –todavía– (...). La única integración que podría funcionar sería una integración en la que Internet devorase al papel. Y ésa todavía no la hemos visto”. Se refiere a la forma en cómo se están llevando a cabo los procesos. Generalmente en ellos “el papel devora a Internet”, lo que le parece nefasto. Y “como las redacciones digitales están formadas por gente más joven, al integrarse las redacciones son, en la práctica, degrada-

dos, y quedan en la jerarquía funcional del medio por debajo de la redacción tradicional”.

Hasta ahora la posición mayoritaria ha sido convergente, sobre todo entre los editores. El *Newsroom Barometer 2008*, realizado por Zogby Internacional e impulsado por el World Editors Forum y la agencia Reuters, señala que el 86% de los editores de periódicos (la encuesta abarca 700 en todo el mundo) cree que las redacciones digitales e impresas se integrarán a corto plazo.

Tal y como señala *Infotendencias*, los editores identifican las redacciones multimedia como una garantía de supervivencia para los medios impresos. El proceso de integración va más allá de un simple cambio para que ambas redacciones colaboren entre sí. Afecta tanto a los periódicos que han notado ya una pérdida real de lectores como a los que aún se mantienen. Entre los que han visto descender sus índices de circulación, ocho de cada diez espera integrar las redacciones en los próximos cinco años. Entre los que, de momento, mantienen su circulación (estamos hablando de una encuesta realizada antes de que se desencadenara la gran crisis), el porcentaje de editores que piensa integrar las redacciones es ligeramente inferior, del 70%; pero resulta igualmente destacable.

Una frase de John Zogby, respon-

sable del estudio, culmina el artículo: “Los editores ahora conocemos la solución: Innovar. Integrar. O morir”.

Fuentes: [www.mondaynote.com](http://www.mondaynote.com) (vía [233grados.com](http://233grados.com)), <http://periodistasdigitales.es/>

## Micropagos por noticia a la manera de iTunes

La necesidad acuciante de ingresos del *New York Times* ha agudizado la imaginación de sus ejecutivos. Quieren renovar contenidos en la Red, pero también buscan fórmulas para rentabilizarlos. De momento, que cobren es sólo una posibilidad, pero ha sido suficiente para que la práctica totalidad de la *blogosfera* se muestre alterada.

Todo parte de Bill Keller, director ejecutivo, quien acaba de revelar que el diario está pensando seriamente reimplantar el servicio de suscripción *online* cancelado hace dos años y que generó 10 millones de dólares de ingresos. “Es justo pagar por información realmente buena, de veracidad comprobada, bien organizada y explicada”, ha dicho. “La idea no es que los lectores se encuentren con una cuota de suscripción. Pero sí podrían pagar unos pocos centavos cada vez que hagan clic en una página.”

En realidad, estas declaraciones

realizadas en un encuentro digital con los lectores han supuesto una confirmación tácita a la propuesta planteada unos días antes por David Carr en el mismo diario. El columnista proponía la creación de un modelo de pago por noticia al estilo de lo que hace iTunes en música. Enseguida se han oído voces de parte de otros editores apuntando en ese sentido, como el artículo ‘Cómo salvar tu periódico’ que firma Walter Isaacson en la revista *Time*.

Quienes anuncian que el pago por la información en línea es un error, recuerdan que el *New York Times* ha llevado una política errática en este sentido. En pocos años, le hemos visto cerrar su contenido para, después, arrepentirse. Y volvió a ocurrir cuando pensó que los internautas pagarían por conocer las opiniones de sus columnistas. No fue así, bajaron las visitas y, con ellas, la influencia del medio la Red.

En España, hemos visto un recorrido paralelo con *El País*. Perdió por ello una envidiable posición dominante en el mercado en español.

No obstante, conviene recordar que estas experiencias se refieren a pago por suscripción. Los pequeños pagos por contenido son una fórmula aún por probar. Sus partidarios piensan que la gran diferencia radica en que éste es un *desembolso indoloro* para el lector.

Fuentes: [www.nytimes.com](http://www.nytimes.com), [www.poynter.org](http://www.poynter.org), [www.mondaynote.com](http://www.mondaynote.com)